Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8570912
Centre d'intérêt: 914

Etats généraux populaires sur les communications (1984 : Montréal, Québec).

Actes des Etats généraux populaires sur les communications, 21 et 22 janvier 1984 / organisé par l'Institut canadien d'éducation des adultes. -- [Montréal] : ICEA, [1984].
2, viii, 173 p. : ill. ; 28 cm.Dépouillement partiel: Bilan de l'expérience des medias communautaires et alternatifs / par Gaétan Tremblay -- Les pratiques autonomes d'information des groupes populaires et syndicaux / par Bernard Vallée -- Les femmes et l'information / par Colette Beauchamp -- Les tentatives des groupes pour avoir accès aux mass-media / par Irène Ellenberger -- Les enjeux des nouvelles politiques du fédéral et du Québec en matière de communication et de culture / par Lina Trudel.

Descripteur(s): *Mass media *Communication *Action communautaire *Femme *Politique gouvernementale *Education syndicale *Education populaire

Identificateur(s) de sujet: *Médias communautaires

Les 21 et 22 janvier 1984, plus de 260 délégués d'organismes du milieu des communications répondaient à l'invitation de l'Institut canadien d'éducation des adultes et participaient aux Etats généraux populaires sur les communications à la polyvalente Jeanne-Mance de Montréal. L'objectif central de ces assises était d'en arriver à proposer des priorités en matière de communication, tant en termes d'actions que de revendications.

Une donnée majeure se dégage de ces deux jours de délibérations: la circulation d'une information autre est une nécessité et toute une série de moyens doivent être mis en oeuvre pour y arriver. Parmi la gamme des moyens proposés, mentionnons: 1. le développement de réseaux d'information, au double niveau national et régional, reliant les organismes syndicaux, populaires et féministes; 2. le renouvellement des pratiques d'information internes des groupes; 3. l'utilisation plus poussée du cinéma, du vidéo et du théâtre comme outil de sensibilisation; 4. l'accès aux grands médias par tous les moyens, entre autres en exigeant l'augmentation du nombre de chroniqueurs affectés à la couverture des réalités syndicales et populaires.

Type de document: f

actes des États généraux populaires sur les communications

21 et 22 janvier 1984

organisé
par l'Institut canadien
d'éducation des adultes

EDOQ 8570912

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS

OUVERTURE DES ASSISES par Normand Caron, président de l'ICEA..... 3

LES EXPOSES 7

"BILAN DE L'EXPERIENCE DES MEDIAS COMMUNAUTAIRES ET ALTERNATIFS" par Gaétan Tremblay, professeur au département de Communication de l'UQAM et membre du Groupe de travail de l'ICEA 9

"LES PRATIQUES AUTONOMES D'INFORMATION DES GROUPES POPULAIRES ET SYNDICAUX" par Bernard Vallée, coordonnateur au Mouvement d'éducation populaire et d'action communautaire (MEPACQ) 21

"LES FEMMES ET L'INFORMATION" par Colette Beauchamp journaliste..... 39

"LES TENTATIVES DES GROUPES POUR AVOIR ACCES AUX MASS-MEDIA" par Irène Ellenberger, présidente du Conseil central de Montréal (CSN)..... 47

"LES ENJEUX DES NOUVELLES POLITIQUES DU FEDERAL ET DU QUEBEC EN MATIERE DE COMMUNICATION ET DE CULTURE" par Lina Trudel, chargée de projet à l'ICEA..... 57

LES PROPOSITIONS ADOPTEES EN PLENIERE..... 67

LA PARTICIPATION AUX ETATS GENERAUX..... 85

Groupes inscrits
Personnes-ressources, animatrices & animateurs

LA COUVERTURE DE PRESSE..... 95

ANNEXES

"Communication 1979-1984: rappel des événements"
(document de travail" 107

Bilans d'expériences d'information..... 134

AVANT-PROPOS

Les 21 et 22 janvier derniers, soit trois mois après la tenue du Sommet des communications du gouvernement du Québec, près de 300 délégué-e-s d'organismes du vaste milieu progressiste des communications répondaient à l'invitation de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA) et participaient aux Etats généraux populaires sur les communications à la polyvalente Jeanne-Mance de Montréal. 300 délégué-e-s d'organismes, c'est "légèrement" plus, au total, que n'en comptait le Sommet gouvernemental!

Arrivant d'un peu partout au Québec et représentant au-delà de 100 organismes[1], ces personnes venaient faire le point sur leur façon de faire de l'information et s'entendre sur des priorités d'actions et de revendications collectives en matière de communication.

Alors que le Sommet gouvernemental était axé uniquement sur le développement des industries de communication, les Etats généraux entendaient étudier le fond de la question, soit l'accès et le développement démocratique des moyens de communication, qu'ils soient "traditionnels" (comme la presse, la radio, la télé), ou "télématiques" (comme les banques de données, par exemple).

Quelle était la pertinence de tout cela ou, en d'autres termes, pourquoi l'ICEA avait-il jugé bon de mobiliser le mouvement populaire et syndical sur cette question?

---

[1] Regroupements d'usagères et d'usagers des communications, médias communautaires, magazines et journaux alternatifs, groupes populaires et syndicaux, groupes de femmes, l'UPA, les trois centrales CEQ, FTQ, CSN, groupes vidéo, théâtre et cinéma alternatifs, etc. Voir en fin de volume la liste complète des groupes participants.

UN RENDEZ-VOUS FIXE DEPUIS 1979

Il faut signaler d'abord que ces Etats généraux s'inscrivaient dans une démarche qui remonte à 1979, soit au moment de la tenue du colloque "La parole, ça se prend". On se rappellera qu'à ce moment-là, une plate-forme de revendications et d'actions face aux médias avait été adoptée par les groupes populaires et syndicaux présents. Cette plate-forme devait être débattue largement et enrichie par chacun des organismes, à la suite de quoi, ces groupes devaient se donner rendez-vous pour mettre au point de nouvelles priorités de revendications et d'actions, résultat de cette réflexion collective. Les Etats généraux sur les communications furent ce rendez-vous.

Cette rencontre était d'autant pertinente, étant donné que le secteur des communications a connu, ces quatre dernières années, des bouleversements importants. Le colloque "Robot et rebelle", organisé par l'ICEA au printemps '83, avait tenté de cerner les divers impacts sociaux de la pénétration grandissante de la télématique. Des pistes de revendications y avaient été esquissées. Ce sont ces pistes qu'il nous fallait approfondir dans le champ spécifique des communications.

Par ailleurs, le gouvernement fédéral adoptait une politique des communications qui allait changer considérablement le rôle de Radio-Canada et tout le décor de l'information. Le gouvernement du Québec, quant à lui, nous promettait un énoncé de politique des communications, énoncé qui sera soumis en 1984 à la consultation populaire. Voilà autant de bonnes raisons pour le mouvement populaire et syndical de se rencontrer pour définir, sur ses bases propres, les solutions de rechange et les ripostes à offrir en matière de politiques des communications.

UN TABLEAU CONSIDERABLEMENT MODIFIE

Changement de décor donc, changement du tableau sur lequel se dessineront l'information et les communications de demain. Mais pour peu que l'on s'y penche, ce bouleversement des communications ne constitue en rien un pas en avant dans la résolution des problèmes chroniques de l'information que nous aviors décelés en 1979. Il s'agit plutôt d'une fuite en avant. C'est du moins ce que révèle l'analyse de ces politiques.

Les nouvelles politiques de communication du fédéral et du Québec, de même que celle touchant le cinéma d'ici "s'articulent, en effet, autour d'un seul axe: le développement de l'industrie des communications et de la production culturelle canadienne" (voir plus loin l'exposé de Lina Trudel à ce sujet).

Jamais ne sont soulevées les questions du droit à une information complète, diversifiée et pluraliste. Jamais il n'est question du droit à l'expression, de l'accès aux médias pour les individus et les groupes. Jamais il n'est question, non plus, de freiner la commercialisation et le développement de l'appropriation privée des médias, et cela, même si une commission royale d'enquête, la Commission Kent, en 1981, avait prôné des mesures régulatrices en ce domaine. Ces trois pôles de revendications tissaient la trame de la plate-forme de revendications adoptée en 1979 lors de la tenue du colloque "La parole, ça se prend".

Tout aussi juste donc, était notre diagnostic de 1979, tout aussi désastreux furent les effets appréhendés de la persistance de la situation d'alors:

> "Les organisations syndicales et populaires constatent avec inquiétude que les médias de masse manifestent de plus en plus d'indifférence et même d'hostilité à l'égard de leurs organisations et même à l'égard du mouvement populaire et du syndicalisme en général. Et les exemples sont nombreux". (Voir ci-après la communication d'Irène Ellenberger).

Quant à la couverture de l'actualité touchant les femmes, le constat des récentes années est non moins alarmant: "Le plus inquiétant est un retour vertigineux,dans un très court laps de temps, aux stéréotypes de l'éternel féminin" nous a dit Colette Beauchamp avec force détails dans son exposé préparé pour les Etats généraux. (reproduit ci-après)

L'effet le plus visible de cet état de choses est le suivant: à force de n'entendre qu'un seul discours, la population finit par y croire. Cette sorte de "lavage de cerveaux" contribue, en dernière instance, à réduire la vie démocratique d'une société et à déséquilibrer complètement le rapport de forces au profit des pouvoirs dominants.

QUE FAIRE A PARTIR DE MAINTENANT?

Face à cette situation, que faire à partir de maintenant? Nos revendications et nos actions des dernières années visant à démocratiser les mass-média ont donné de bien piètres résultats. Il nous fallait en analyser les causes et développer de nouvelles stratégies en se penchant aussi sur notre façon d'informer la population. Tel était l'un des deux axes de discussion au menu des Etats généraux sur les communications. L'autre étant complémentaire: comment améliorer nos moyens internes et autonomes d'information?

Il s'agissait aussi de faire le point sur un des éléments de la plate-forme de revendications et d'actions adoptée en 1979, soit le développement des moyens autonomes d'information. Et, sans vouloir se vanter c'est dans ce domaine que nous avons le mieux "réussi".

En effet, l'information interne des groupes et entre les groupes, et l'information interne des syndicats, ont connu un développement remarquable depuis 1979. Les bulletins se sont multipliés, des colloques (entre autres celui de la FTQ) ont sensibilisé les militants à l'importance du phénomène de l'information (voir plus loin la communication de Bernard Vallée). Il en est de même des productions culturelles alternatives. Le vidéo, le théâtre et le cinéma parallèles ont fait montre à la fois d'une effervescence remarquable et d'une "efficacité" évidente comme outils de sensibilisation populaire.

Les médias communautaires, à leur tour, se sont implantés un peu partout au Québec. Des magazines alternatifs sont nés, connaissant maintes difficultés de croissance; certains, toutefois, ont dû fermer leurs portes (voir l'exposé de Gaétan Tremblay). Il nous fallait faire le point sur ces expériences et tenter, au besoin, d'identifier des remèdes possibles.

Voilà donc les thèmes sur lesquels se sont penchés les 300 participant-e-s lors des débats en ateliers. On retrouvera plus loin dans ce volume le détail des propositions adoptées en plénière. Qu'il nous suffise ici de donner un aperçu des grands points d'entente de l'assemblée.

UN JOURNAL POPULAIRE: UN DEBAT A FAIRE DES MAINTENANT

Un seuil critique est désormais atteint au niveau du non respect de la part des grands médias du droit à une information pluraliste, diversifiée et équilibrée. Pour faire contrepoids au discours dominant, l'assemblée a décidé de mener, dans chacun des 100 organismes représentés, un débat sur l'opportunité et la "faisabilité" de créer un journal populaire, critique et à grand tirage.

Non seulement cette volonté de se pencher sérieusement sur un tel projet de journal a-t-elle été clairement affirmée par l'assemblée, mais elle s'est vue assortir d'une stratégie pour développer aussi nos moyens autonomes d'information.

Les médias communautaires devront être reconnus comme outils indispensables d'information et être soutenus dans leurs démarches visant l'obtention d'un financement adéquat; des réseaux d'échange d'informations, au double niveau national et régional, reliant les organismes syndicaux, populaires et féministes seront favorisés; les productions culturelles alternatives, comme le vidéo, le cinéma et le théâtre, seront davantage utilisés, à titre d'outils de sensibilisation, de formation et d'information; on verra à promouvoir en région la création de regroupements populaires autonomes d'intervention en communication, de manière à développer des expertises et des projets communs en vue de luttes éventuelles.

Les Etats généraux ont donc souscrit à l'idée qu'il est possible de s'entendre à la fois sur une stratégie pour développer nos moyens autonomes d'information et sur une opération débat sur un projet de journal populaire à grand tirage.

"Avons-nous pris tous les moyens pour percer le mur des médias?" se sont demandés aussi les participant-e-s. Partiellement, répondirent les ateliers qui se sont penchés sur cette question, et une série de mesures visant le renouvellement des pratiques d'information des syndicats et des groupes populaires furent adoptées en plénière: on amorcera une réflexion sur le contenu et de l'information destinée aux membres de ces organisations, et sur celle qui est destinée au grand public.

Faute de temps, la plénière n'a pu adopter les propositions d'ateliers touchant les politiques fédérales et québécoises de communication et du cinéma. Les représentant-e-s d'organismes se sont néanmoins engagés à porter, dans chacun de leurs groupes, les propositions en ce sens émanant des ateliers. On s'est en effet mis d'accord sur la nécessité d'intervenir pour faire valoir les positions et les points de vue des groupes syndicaux, populaires et féministes.

On retrouvera donc dans ce document le compte rendu des assises des Etats généraux: les exposés soumis aux participant-e-s et les propositions d'ateliers acheminées en plénière. On pourra lire aussi, en annexe, le document de travail expédié aux organismes invités "Communications 1979-1984: rappel des événements" et les bilans que nous ont fait parvenir certains groupes de leur expérience dans le domaine de l'information.

Une chose capitale est à retenir de ces Etats généraux populaires sur les communications: c'est la volonté, au sein du mouvement populaire et syndical, de préparer des stratégies offensives pour faire face au changement de société

qui s'amorce. Les nouvelles politiques de communication, la création de réseaux d'échange, le développement de médias autonomes d'information et le journal populaire sont désormais des grands axes de mobilisation du proche avenir.

La volonté, la détermination et le talent pour enclencher ce changement de société sont déjà là. La preuve ne nous fut-elle pas donnée, ce samedi soir, 21 janvier, lors du "Grand happening sur les communications" mettant en vedette les milieux communautaires de productions?[1] Tout cela n'attend qu'à être largement diffusé.

LOUISE TOUPIN

POUR: GROUPE DE TRAVAIL
SUR LES COMMUNICATIONS

---

[1] Voir en page 90 , le détail du spectacle.

OUVERTURE DES ASSISES

PAR: NORMAND CARON, PRESIDENT DE L'ICEA

Bonjour,

Il me fait particulièrement plaisir de vous souhaiter, à tous et à toutes, la plus chaleureuse bienvenue en ce frois samedi matin de février. Je vous remercie d'être venus aussi nombreux aux Etats généraux populaires sur les communications. J'aimerais souligner la représentation fort importante de nombreux groupes ou associations parmi nous ce matin: des représentants des grandes centrales syndicales québécoises, de plusieurs de leurs fédérations ou syndicats affiliés et de leurs conseils régionaux; nous souhaitons une bienvenue particulière aux lockoutés de Télémétropole dont la ténacité et la combativité est à souligner.

Parmi nous également, nous comptons plusieurs représentants et représentantes des médias communautaires, de la plupart des régions du Québec, des associations professionnelles des journalistes, des groupes populaires, des mouvements féministes des associations de consommateurs. Plusieurs également assistent aux Etats généraux à titre individuel, impliqués par ailleurs dans le domaine des communications. A tous et chacun, je souhaite la bienvenue et la pluc fructueuse des rencontres, au nom de l'Institut canadien d'éducation des adultes.

L'ICEA, par l'intermédiaire de son groupe de travail sur les communications, est impliqué depuis plusieurs années sur ce front. Qu'on se rappelle notamment, il y a de cela près de cinq ans, nous nous étions rassemblés à l'occasion d'un colloque populaire sur le thème "La parole, ça se prend!".

Plus récemment, au printemps '83, un autre colloque organisé par l'ICEA sur la télématique avait permis à plusieurs d'entre nous d'approfondir notre analyse et de préciser nos revendications sur le front des communications. Le rôle et l'implication de l'ICEA sur ce terrain de luttes et d'enjeux ne datent donc pas d'hier. L'ICEA a réussi à assumer un leadership nécessaire grâce à l'appui, la confiance et la participation que les groupes et personnes concernés lui ont manifestés. Le champ des communications au Québec constitue un volet fondamental de tout objectif de démocratisation et d'accessibilité des adultes à la formation et à l'éducation. L'ignorer en 1984 serait faire preuve d'inconscience ou d'incompétence.

Les objectifs de ces Etats généraux sont doubles. Il nous faut d'une part faire le point entre nous sur l'état de nos pratiques d'information et de communications dans nos groupes, au sein des associations et des regroupements démocratiques que les citoyens et citoyennes du Québec se sont donnés pour promouvoir leurs droits et intérêts. Pour nous, l'information et la communication interne sont souvent perçues comme "de première importance", comme le "nerf de la guerre". Nous allons vous inviter à partager vos expériences en ce sens, à identifier les problèmes et obstacles que vous rencontrez et à dégager certaines pistes de solutions.

Dans un deuxième temps, nous allons tenter ensemble, à partir de ce diagnostic, de privilégier certaines alternatives collectives autour desquelles il sera possible de dégager certains consensus, notamment quant à l'accès des groupes aux médias d'information.

Il est acquis que l'exercice que nous entreprenons ensemble ce matin va nécessiter de notre part beaucoup de maturité et de réalisme. Ce qu'il ne faut jamais oublier dans ce débat ouvert sur l'avenir des communications au Québec, c'est la nécessité vitale que nous sentons tous de faire corps ensemble, de se doter d'une stratégie d'ensemble, de trouver des consensus minimum en termes d'objectifs à court, moyen et long terme. Les intérêts des producteurs et des entrepreneurs dans ce secteur sont maintenant connus; ceux des gouvernements sont aussi nettement identifiés. Ces deux intervenants, l'industrie et le gouvernement, s'entendent comme "larrons en foire".

Il faut mettre tout notre poids dans la balance et amener nos revendications et besoins dans le débat qui s'amorcera ce printemps. Saurons-nous le faire? Pourrons-nous faire abstraction de nos différences et regarder plutôt ce qui nous rassemble et nous unit? Tel est le véritable défi qu'il nous incombe de relever au cours de ces Etats généraux.

Le déroulement des Etats généraux, tel qu'il apparaît dans la proposition d'ordre du jour que vous avez en main, prévoit aujourd'hui deux ateliers de travail, chacun précédé d'une période d'exposés:

- ce matin, nous abordons la question de l'information interne, bilan et alternatives;
- cet après-midi, nous discuterons de l'accès aux médias, stratégies et objectifs.

Demain matin, jusqu'à midi, nous travaillerons en plénière à partir d'un rapport-synthèse issu des ateliers d'aujourd'hui.

Il me reste à vous inviter à faire de ces Etats généraux vos Etats généraux, à travailler très fort et à tenter de faire de cette rencontre la plus fructueuse et mobilisatrice possible. Le défi est de taille mais ensemble je suis convaincu que nous pourrons le relever.

Bon travail!

Normand Caron
Janvier 1984

LES EXPOSES

1. "BILAN DE L'EXPERIENCE DES MEDIAS COMMUNAUTAIRES ET ALTERNATIFS"
   par Gaétan Tremblay, professeur au département de communication de l'UQAM et membre du Groupe de travail de l'ICEA.

2. "LES PRATIQUES AUTONOMES D'INFORMATION DES GROUPES POPULAIRES ET SYNDICAUX"
   par Bernard Vallée, coordonnateur au Mouvement d'éducation populaire et d'action communautaire (MEPACQ).

3. "LES FEMMES ET L'INFORMATION"
   par Colette Beauchamp, journaliste.

4. "LES TENTATIVES DES GROUPES POUR AVOIR ACCES AUX MASS-MEDIA"
   par Irène Ellenberger, présidente du Conseil central de Montréal (CSN).

5. "LES ENJEUX DES NOUVELLES POLITIQUES DU FEDERAL ET DU QUEBEC EN MATIERE DE COMMUNICATION ET DE CULTURE"
   par Lina Trudel, chargée de projet à l'ICEA.

Page 8

Manquant

BILAN DE L'EXPERIENCE DES MEDIAS COMMUNAUTAIRES ET ALTERNATIFS

Vous admettrez avec moi que la tâche que j'ai acceptée en toute naïveté est pratiquement impossible à accomplir avec satisfaction: faire, en dix minutes, le bilan des expériences alternatives et communautaires en communication au Québec, plus précisément depuis le colloque de l'ICEA - "La parole, ça se prend" - il y a cinq ans, ça relève du tour de force. Tout d'abord, parce que dix minutes, c'est trop court: demander à l'universitaire que je suis d'être bref et compréhensible, c'est très mal connaître les universitaires. Deuxièmement, on me demande de faire la synthèse d'expériences et de pratiques qui, par définition, se sont voulues, et se veulent encore, particulières et originales. Les objectifs, le contexte, le vécu de chaque média communautaire ou alternatif ne sont pas nécessairement comparables. Enfin, nous devons mettre dans le même panier des médias qui comportent des exigences, des possibilités et des contraintes aussi différentes que la presse écrite, la radio, la télévision, le vidéo et le cinéma.

Ne vous réjouissez pas trop vite. Je n'en ai pas pour autant résolu de ne rien dire. Tout en reconnaissant la diversité et la spécificité de chacun j'ai quand même essayé de dégager, en me basant sur les bilans et analyses faites par les artisans des médias eux-mêmes, un certain nombre d'objectifs et de préoccupations communes. Je ferai des raccourcis, j'oublierai des points importants, je mélangerai des choses qui ne doivent pas l'être. Mais je compte sur votre indulgence. Le seul objectif que je me propose, c'est de soulever quelques questions pour la discussion en ateliers. Vous pourrez à cette occasion faire toutes les nuances et les corrections qui s'imposent, et déboucher je l'espère sur des pistes d'action qui permettront d'améliorer la qualité de l'information et de la communication au Québec.

Mon exposé comprendra trois principales parties:

Premièrement, un bref état de la situation.

Deuxièmement, un rappel des objectifs communs aux diverses expériences et pratiques.

Troisièmement, l'énoncé d'un certain nombre de questions, préoccupations ou problèmes qui m'apparaissent communs à ceux qui ont fait le bilan de leurs propres expériences. Disons tout de suite que j'entends par communs des points qui sont partagés par plusieurs, pas nécessairement par tous.

I - ETAT DE LA SITUATION

L'histoire du Québec, au cours des vingt-cinq dernières années, est riche d'expériences et de pratiques alternatives dans le domaine des communications. Je n'ai pas le temps ici de la reprendre en détail. Je renvoie ceux que ça intéresse au centre de documentation de l'ICEA et en ce qui concerne plus particulièrement la presse écrite militante, à l'excellent livre de Marc Raboy, Libérer la communication. Tout ce que je veux faire ressortir maintenant c'est que nous ne partons pas de zéro. D'une part, nous avons accumulé les expérimentations et nous en avons tiré des leçons. Nous commençons à savoir ce sur quoi il faut miser et nous ne voulons pas répéter les mêmes erreurs. D'autre part, peu de pays peuvent s'enorgueillir de compter, comme au Québec, 16 radios communautaires, 31 journaux communautaires, 20 TVC, et une production importante de vidéos et de films constituant autant d'outils de sensibilisation et d'animation populaires. C'est le résultat de nombreux efforts et de longues luttes un peu partout à travers le Québec.

Mais l'avenir de ces médias est actuellement menacé. En ce qui concerne la presse écrite, la concentration grandissante de la propriété des hebdos régionaux et l'incursion de l'entreprise privée dans le champ des journaux locaux et de quartier, confrontent certains de ces journaux communautaires à des défis nouveaux. La concentration de la propriété s'étend également aux imprimeries, ce qui crée des difficultés de plus en plus nombreuses à certains médias communautaires. Un journal de la Côte-Nord doit même se faire imprimer à Montréal.

Pour faire face à cette situation, l'Association des médias écrits communautaires du Québec revendique l'adoption d'une série de mesures de la part du gouvernement du Québec en particulier l'accessibilité aux mêmes programmes économiques d'aide que ceux auxquels ont droit les PME.

Les radios et télévisions communautaires sont également aux prises avec des difficultés économiques. Dans certains cas, service de base dans des régions que ne desservent pas les entreprises commerciales, ou très mal le réseau d'Etat, elles n'ont pas accès aux mêmes sources de financement. Dans d'autres cas, elles sont en situation inégale de concurrence, ayant à faire face à des stations économiquement rentables avec des moyens inégaux.

En ce qui concerne la presse alternative, la situation est devenue inquiétante ces derniers temps. Nous avons connu, au cours des dernières années, une floraison d'expériences en ce domaine. Mais plusieurs d'entre elles ont dû fermer leurs portes récemment. Qu'il suffise de mentionner Critères, Le temps fou, Luttes urbaines, Presse libre. Il ne reste pratiquement plus, actuellement que Mouvements et La vie en rose.

2 - OBJECTIFS COMMUNS

Au-delà des particularités de chaque expérience, de chaque média communautaire ou alternatif, un certain nombre d'objectifs communs les unifient et légitiment leur rassemblement ici aujourd'hui. Sans m'étendre longuement, je dirais que ces objectifs sont les suivants:

Une critique des médias traditionnels dominants

Tous sont insatisfaits. Tous essaient de combler les lacunes ou de trouver des alternatives. C'est le point de convergence majeur de toutes ces expériences. Libérer la communication des intérêts de la classe dominante. Promouvoir une plus grande démocratisation, une plus large accessibilité de tous au droit à l'expression et à l'information. Démasquer les biais et les silences de l'information officielle. Mettre sur la place publique des informations et des dossiers que les grands médias ignorent. Susciter un débat démocratique sur les vrais enjeux de notre société.

Démystification des mass-médias

Cette démystification s'opère essentiellement par une participation des groupes impliqués à la fabrication des documents qu'ils veulent diffuser. Des non-professionnels de plus en plus nombreux sont donc amenés à écrire des articles, produire des émissions de radio et de télévision. Ce faisant, ils se forment aux exigences et aux impératifs de la communication et se dotent des moyens nécessaires à l'établissement d'une relation directe avec leur public-cible. Les médias communautaires et alternatifs oeuvrent donc dans le sens d'une plus grande accessibilité de tous aux médias, d'un exercice réel du droit à l'expression et à l'information.

Animation et changement social

Avec sans doute beaucoup de nuances dans les orientations idéologiques particulières - on doit à ce sujet constater une diversité de fait - tous les médias communautaires et alternatifs se définissent en fonction d'une stratégie de changement social et d'animation, visant à la prise en charge par les groupes eux-mêmes de leurs problèmes et de leur gestion.

Propriété collective et fonctionnement démocratique

Ici encore, sans vouloir camoufler la variété des formes organisationnelles de chaque expérience spécifique, on doit souligner que tous les médias communautaires et alternatifs reposent sur une propriété de type collectif et se sont dotés de mécanismes de fonctionnement démocratique: assemblée générale des membres, conseil d'administration où sont représentés les artisans, les utilisateurs et les membres, comités divers sur le contenu et la programmation, etc...

Voilà, me semble-t-il, quatre caractéristiques qui, par-delà la diversité des expériences, leur confèrent une identité et une appartenance communes. Je suis bien conscient que ces grands principes, lorsqu'énoncés de façon suffisamment générale, font rapidement consensus et que cette belle unanimité s'effrite quelque peu lorsqu'on entre dans les détails. Le ciel des médias communautaires et alternatifs n'est pas sans nuage.

3 - QUESTIONS, PREOCCUPATIONS, PROBLEMES

Je tenterai ici de résumer un certain nombre d'interrogations que les intervenants dans le domaine des médias alternatifs et communautaires ont été amenés à se poser, à partir de leur pratique, au cours des dernières années. J'ai regroupé ces questions, préoccupations et problèmes autour de cinq thèmes:

(1) le public-cible;
(2) le financement;
(3) l'organisation;
(4) la formation;
(5) le contenu.

Le public-cible

Beaucoup de problèmes restent encore non résolus à ce sujet. Plusieurs médias alternatifs et communautaires sont de plus en plus sensibles à la nécessité de bien identifier leur public-cible. S'adresse-t-on à des militants ou à un public plus large? A des initiés déjà convaincus ou à des sympathisants potentiels? Selon le cas, la stratégie de diffusion et le type de langage utilisé devront être différents, adaptés à la clientèle visée.

Plusieurs reconnaissent que les médias alternatifs et communautaires n'ont pas toujours accordé suffisamment d'attention à cette question, et que l'ambiguïté par rapport au public-cible privilégié entraîne des inconséquences et des erreurs dans leur stratégie globale de communication.

Une fois identifié, le public-cible doit être rejoint. Il n'y a pas de public acquis d'avance. Chaque média doit constituer le sien, atteindre ses lecteurs, auditeurs et spectateurs éventuels et les con-

vaincre de l'intérêt qu'il représente pour eux. C'est tout le problème de la diffusion et de la distribution. Les canaux existants dans le domaine de la presse écrite, par exemple, sont entre les mains d'entreprises commerciales. Ils sont coûteux et ne sont pas toujours adaptés aux besoins de petits journaux ou revues à faible tirage. Et on ne peut pas les soupçonner d'entretenir un préjugé favorable à l'égard de la presse alternative. Certains se demandent si on ne devrait pas remettre sur le tapis le projet d'un réseau public de distribution.

Il est bien sûr que la conjoncture joue, favorisant certaines expériences qui démarrent au bon moment, compte tenu de la sensibilité du public pour certaines questions. D'autres, au contraire, voient le jour à un mauvais moment et en subissent les contre-coups. La publicité offerte gratuitement par les mass-média lors de la couverture d'un numéro ou d'une émission en particulier, peut également donner un coup de main ou, à défaut, retarder la progression d'un média. Mais peut-on sérieusement compter là-dessus?

Autre problème rapidement évoqué concernant le public-cible: le marché québécois est étroit. Six millions d'habitants, c'est pas beaucoup. Certains médias communautaires ou alternatifs ne se font-ils pas concurrence à l'intérieur des mêmes créneaux? D'aucuns le croient. D'autres affirment au contraire qu'il y a place pour une pluralité de sensibilités et que les différents médias communautaires et alternatifs ne se concurrencent pas vraiment.

Deux dernières questions concernant le public-cible: premièrement, les médias communautaires et alternatifs ne pourraient-ils pas conjuguer leurs efforts et se donner certains services communs pour améliorer leur diffusion. Deuxièmement, y a-t-il place au Québec, actuellement pour la publication d'un journal grand public? La conjoncture y est-elle favorable?

Financement

A la lecture des récents rapports écrits par diverses personnes impliquées dans des expériences de communication alternative au cours des dernières années, on sent une évolution des mentalités à ce sujet. On se fait sévère à l'égard de certaines attitudes, pour ne pas dire de certains stéréotypes dits de gauche. Je cite Véronique Dassas, du Temps fou:

"La gauche ces dernières années a produit des individus pour qui le succès et la rentabilité sont des péchés mortels... La gauche ces dernières années a donc produit des individus perdants et misérabilistes. Curieuse génération de gens qui considèrent - non sans quelques raisons parfois - les problèmes financiers comme des signes d'intégrité et qui font des concours à celui qui tire le plus fort sur la queue du diable." (Le temps fou, no. 31, sept. 1983)

On trouve écho à des interrogations similaires autant chez des gens qui ont oeuvré à l'intérieur de médias radiophoniques, télévisuels, qu'écrits. Le Conseil d'administration de Presse Libre, par exemple, dans son bilan post-mortem, se questionne sur les attitudes entretenues face à la publicité:

"Ainsi, par exemple, la discussion sur la publicité porte sur le fait qu'il faut la limiter le plus possible. On s'entend sur la proportion d'une page sur 24 ou trois pages sur 28 sans que l'on s'interroge le moins du monde sur le minimum nécessaire pour la survie de l'entreprise. En fait, les critères concernant l'ensemble de la question de la publicité sont strictement d'ordre idéologique. Même après que cette politique ait été adoptée, il faut constamment négocier pour assurer qu'on ne publiera que le nombre de pages que la publicité nous permet." (p. 14).

De semblables préoccupations sont partagées par l'ARCQ qui revendique du CRTC un assouplissement de sa réglementation concernant la publicité sur les ondes des radios communautaires.

De façon plus générale, l'ensemble des groupes se rend compte de la nécessité d'une plus grande compétence et d'une plus grande rigueur dans la gestion de leur projet. L'AMECQ, l'ARCQ et le ROCCQ dispensent déjà des sessions de formation pour leurs membres et demandent au gouvernement une aide supplémentaire pour les aider dans l'organisation de stages de formation en gestion et administration.

L'avenir économique des médias alternatifs et communautaires ne dépend pas que des seuls efforts de leurs artisans. J'ai déjà fait référence à la possibilité d'un réseau public de distribution pour les médias écrits. En ce qui concerne la télévision, le ROCCQ revendique une révision du PAMEQ pour autoriser une allocation des subventions sur une base triennale plutôt qu'annuelle, ce qui permettrait une planification à plus long terme des activités d'une TVC.

Les médias communautaires et alternatifs s'interrogent également sur le support accru qu'ils pourraient recevoir des centrales syndicales et des syndicats locaux. Quelle place leur accorde-t-on dans les campagnes informationnelles ou publicitaires, déclenchées par les instances syndicales? Compte tenu du public rejoint par les médias communautaires et alternatifs, n'y aurait-il pas lieu d'en tenir davantage compte dans l'allocation des ressources affectées à de telles campagnes?

L'organisation

Je cite encore Véronique Dassas:

"Et puis, et c'est bien connu, la gauche a aussi produit des groupes inertes par excès de démocratie. Réunions de planification, d'orientation, réunions de permanence, de rédaction, réunions sur les finances, la pub, consultations incessantes, atermoiements, je vous passe les détails, je suis sûre que vous les connaissez." (ibid.)

Opinion encore une fois confirmée par les gens de Presse libre qui ont identifié plusieurs lieux de tension, d'ambiguïté, de perte de temps entre les diverses instances de leur journal. Le fonctionnement démocratique est l'un des porte-étandard des médias communautaires et alternatifs. Il ne faudrait pas qu'il devienne leur pierre tombale. Comment fonctionner de façon démocratique sans y gaspiller l'essentiel de ses énergies, voilà l'une des questions auxquelles il est urgent de répondre. Trop de médias alternatifs et communautaires ont connu jusqu'à présent une fin prématurée par essoufflement et non renouvellement des personnes qui y ont investi le maximum d'elles-mêmes.

La formation

On se rend de plus en plus compte, dans divers milieux, de l'importance que revêt la formation des artisans d'un média alternatif ou communautaire. Encore là, l'AMECQ, l'ARCQ et le ROCCQ insistent, auprès des gouvernements, sur la nécessité de faire de cette formation des citoyens une priorité et d'y accorder les budgets en conséquence. Des programmes existent déjà, mais c'est insuffisant. Il faudrait faire davantage. Les médias alternatifs, de Presse libre au magazine Mouvements, s'entendent également pour reconnaître que la formation de leurs artisans et collaborateurs constitue une dimension de première importance.

Le contenu

Les médias communautaires et alternatifs ont jusqu'à présent été très attentifs à leurs sources. Peut-être pas suffisamment à leurs publics. Ils ont donné la parole à des gens, des groupes, qui n'ont

guère accès aux mass-médias. Mais ils ne se sont peut-être pas suffisamment demandés si leurs messages passaient. La transmission intégrale des messages des groupes militants n'est peut-être pas toujours compatible avec les exigences d'une information de qualité. Comment éviter que les médias communautaires et alternatifs ne soient que les courroies de transmission de publi-reportages de différents groupes sympathiques tout en leur fournissant un droit de parole que leur refusent les mass-média ? Comment communiquer sans trahir ses sources tout en respectant son public? Cette question interfère avec la précédente qui concerne la formation des intervenants. Il faut des intermédiaires compétents pour faire l'interface entre les uns et les autres. Les groupes militants sont-ils prêts à payer le prix d'une meilleure information?

Gaétan Tremblay
janvier 1984

" LES PRATIQUES AUTONOMES D'INFORMATION DES GROUPES POPULAIRES ET SYNDICAUX "

par Bernard Vallée

PRATIQUES AUTONOMES D'INFORMATION DES GROUPES POPULAIRES ET DES SYNDICATS

Cet exposé n'a pas la prétention de présenter un panorama complet des pratiques populaires et syndicales d'information ni de faire une évaluation très poussée de ces pratiques, ni de soulever tous les enjeux du développement d'une autre information.

Voilà à quel titre je me permets d'intervenir ce matin: militant depuis 10 ans dans le mouvement populaire à Montréal, dans un comité logement de quartier, dans un regroupement provincial de comités logement et au sein des structures régionales et provinciales du MEPACQ, je travaille aussi depuis 7 ans dans un centre de documentation populaire au service des groupes populaires.

Dans toutes ces organisations, comme militant élu ou salarié, j'ai eu à inventer, développer, appliquer ou évaluer des pratiques d'information. J'ai pu également observer les expériences d'autres groupes populaires et de syndicats.

Vous aurez donc les observations et les commentaires d'un militant de la base qui s'est souvent cassé la gueule, mais qui est fier de quelques bons coups, d'un As de la Gestetner et du pot de colle de minuit moins le quart, d'un rédacteur un peu longuet et parfois ennuyeux, d'un graphiste souvent "flyé", d'un maniaque de la paperasse et des archives, d'un ancien de la diffusion au petit matin qui rêve de pitonner un micro-ordinateur, qui fait toujours dans sa culotte devant un micro, une caméra ou une assemblée.

Donc, pas un spécialiste. N'ayant rien à vous apprendre que vous ne connaissiez déjà, je me contenterai de vous rappeler quelques éléments de nos pratiques afin d'en dégager quelques pistes pour la réflexion que nous poursuivrons en ateliers ce matin.

J'aborderai les pratiques d'information que nous développons, en-dehors de l'utilisation des médias de masse dont nous parlerons cet après-midi et des médias communautaires dont nous venons de parler.

POURQUOI DEVELOPPONS-NOUS DES MOYENS D'INFORMATION QUI NOUS SONT PROPRES?

C'est un peu bête comme question, mais il n'est pas inutile de se la poser pour soulever différentes motivations qui poussent les organisations à développer avec plus ou moins d'ampleur des moyens d'information qui leur sont propres.

Dans l'environnement social, économique, politique, l'information est une préoccupation omniprésente et devient même une composante essentielle: la publicité fabrique les hommes politiques et nous vend l'invendable, les gouvernements gouvernent à l'aide des sondages d'opinions, les idées et les événements n'existent qu'à partir du moment où ils ont la consécration des médias de masse, on négocie même à travers les médias.

L'éclatement des réseaux naturels et traditionnels causé par l'urbanisation, la parcellarisation du travail, la disparition des lieux de rencontre au profit de l'isolement des individus devant leur petit écran, la taille et la complexité de certaines de nos organisations... etc..., nous poussent de plus en plus à concevoir et développer des moyens d'information adaptés à nos objectifs d'action, à nos orientations, à ceux qu'on veut rejoindre, à nos messages, à notre rythme, etc... et qu'on peut contrôler.

Les médias de masse que nous tentons d'utiliser sont loin de pouvoir répondre à tous nos besoins et nos moyens propres viennent souvent les compléter dans des circonstances où ils ne seraient d'aucune utilité.

Enfin, face au mur que ces médias de masse représentent pour l'information syndicale et populaire on n'a souvent pas le choix: il faut compter sur nos propres forces et nos propres outils.

Dans le mouvement populaire et syndical, il est difficile de dégager une tendance générale dans le développement des moyens autonomes d'information: suivant l'histoire, la taille, les secteurs d'intervention, les capacités matérielles et financières et la conjoncture, nos organisations sont plus ou moins dépendantes des médias de masse et d'outils qu'ils ne contrôlent pas et plus ou moins avancées dans la mise sur pied d'instruments d'information qui leur appartiennent.

Parfois fruits d'une démarche collective, longuement élaborée et intégrée dans une stratégie globale d'information, ces pratiques d'information sont aussi souvent nées dans l'inprovisation et la totale spontanéité et ne se développent souvent que grâce aux initiatives individuelles.

QUELLES FORMES DE PRATIQUES D'INFORMATION AVONS-NOUS DEVELOPPEES

C'est d'abord des pratiques de diffusion de l'information que les groupes ont développées:

- o L'INFORMATION INTERNE: au coeur de l'action syndicale et populaire, l'information est généralement identifiée comme un instrument essentiel de l'implication, de la démocratie, de la formation et de la mobilisation des membres de nos organisations ou de nos regroupements.

  C'est là où les pratiques syndicales se sont le plus développées, à cause de la taille et de la nature de ces organisations: l'in-

formation interne syndicale doit à la fois faire circuler l'information entre les militantes et militants mais aussi convaincre et mobiliser les syndiqués embarqués dans le syndicalisme plus ou moins consciemment par la formule Rand - Des moyens souvent considérables sont impliqués dans cette information, mais l'élément-clé reste la qualité de la diffusion:

la construction du réseau militant, qui diffuse les outils, au bon endroit, au bon moment, aux bonnes personnes reste encore l'élément principal des pratiques d'information interne.

Souvent négligée dans la répartition des tâches, et peu valorisée dans les responsabilités à l'intérieur des organisations, la diffusion et les réseaux qu'elle implique doivent être sans cesse stimulés, motivés, ressoudés - aucun gadget, aucun véhicule d'information si élaboré soit-il ne remplacera la diffusion militante de l'information, la discussion sur le journal au break à la shop, etc...

- L'INFORMATION EXTERNE: en complément ou en alternative aux médias de masse les organisations populaires et syndicales ont développé aussi des pratiques d'information externe qui s'adressent à la population en général ou aux autres organisations.

Avec un membership plus réduit mais un vaste public à rejoindre, les organisations populaires ont particulièrement développé ces pratiques, le plus souvent avec des moyens artisanaux. Là aussi l'établissement de réseaux pour la diffusion reste un élément central qui est pourtant loin d'être une priorité pour beaucoup de groupes et qui explique bien des échecs: réseau militant, mais aussi réseau basé sur les groupes alliés ou qui servent des réseaux naturels du quartier ou de la couche sociale qu'on veut atteindre - (si les

organisations d'assistés sociaux ont très peu produit d'affiches contrairement aux groupes de locataires, par exemple, c'est que pour rejoindre les assistés isolés par les préjugés il a fallu aller les chercher là où ils changent leurs chèques, par le bouche à oreille entre personnes qui se connaissent, par les réunions de cuisine, dans les bazars, etc...).

Une autre forme de pratique d'information, c'est la collecte de l'information, le drainage des idées, des données, des faits et des chiffres, le pouls des membres et de la population, l'alimentation de nos instruments.

o LA COLLECTE D'INFORMATION: comme tout le reste ça ne s'improvise pas. Avoir à tout moment l'image de notre mouvement, des débats qui s'y mènent, des questions qui se posent à nos membres - saisir la conjoncture, les éléments qui la composent, les racines historiques, les acquis du passé - suivre l'actualité, ramasser les exemples, les faits, les chiffres qui basent nos arguments, nos revendications - chercher ce qu'on nous cache pour le révéler - prendre les adversaires en défaut, trouver les faiblesses, prévenir les coups - évaluer nos outils d'information, recueillir le feedback de nos interventions, etc...

Collecter l'information ça s'organise. Mais là aussi les pratiques sont inégales: comme pour la diffusion de l'information, nos réseaux doivent être en première ligne - à part les périodes de tensions (la grève ou nos campagnes d'action populaire), rares sont nos pratiques d'enquête auprès de nos membres ou de la population concernée pour recueillir systématiquement l'information à la base. La collecte d'information, c'est aussi des ressources permanentes en documentation ou recherche que jusqu'à présent seules quelques grosses organisations syndicales ou populaires se sont données et qui sont loin d'être exploitées.

Ce qui ressort des échanges et des débats qui ont déjà pu avoir lieu pour évaluer nos pratiques d'information c'est la nécessité de se donner des stratégies d'information dans nos groupes pour limiter l'improvisation qui coûte cher en argent et énergie militante, pour assurer au jour le jour la construction et la consolidation des réseaux nécessaires à la circulation de l'information et à son alimentation, pour lier étroitement cette information à nos orientations et à nos luttes, pour choisir nos outils, nos véhicules d'information et être capable de les évaluer et pour se doter des ressources nécessaires à leur mise en oeuvre.

QUELS SONT NOS MOYENS D'INFORMATION

L'écrit est sans doute encore le moyen le plus utilisé dans le mouvement populaire et syndical.

Le périodique, distribué, envoyé, mis en dépôt ou en abonnement prend des formes diverses: des journaux syndicaux imprimés industriellement, composés, illustrés et tirés à des dizaines ou centaines de milliers d'exemplaires, jusqu'aux bulletins ou feuilles d'information des groupes populaires tapés sur la vieille dactylo et imprimés sur la Gestetner. Travaillant à la rédaction d'un répertoire des périodiques populaires à Montréal depuis la fin des années '60, le CPD a évalué à plus de 400 les périodiques des groupes populaires qui sont apparus les uns pour quelques numéros, la plupart irrégulièrement. Rares sont ceux qui ont survécu plus de quelques années ayant suivi la disparition du groupe, sa démobilisation, son changement d'orientation, le manque d'énergie des membres, ou l'absence d'entente sur l'objectif du journal et son utilisation.

La disparition du Bulletin logement du Regroupement des comités logement en est un exemple: malgré les décisions de son assemblée générale d'en faire un outil central d'intervention, le Regroupement n'a jamais réussi

à lui donner la place qui lui revenait dans ses activités pour sa conception, sa distribution et son financement et il en a interrompu la publication laissant la place libre aux seuls "Habitabec" et "Actualité immobilière" qui eux arrosent le public avec le point de vue des propriétaires et des constructeurs.

Des tentatives comme "S'en sortir" de l'ACEF du Centre de Montréal ou comme l'Ardoise du MEPACQ qui tentent d'intégrer étroitement l'outil d'information à leurs activités et à la conjoncture semblent vouloir tirer les leçons des échecs du passé.

Il y a aussi les brochures, les dossiers, les guides produits conjoncture'lement, eux aussi plus ou moins élaborés dans leurs formes et dont la principale faiblesse reste la diffusion restreinte aux membres et aux proches et qui n'arrivent pas à franchir la barrière de la diffusion de masse alors que leur contenu dépasse de loin en qualité, ce que l'on voit dans les kiosques à journaux.

Conception trop artisanale, peur de s'affronter à la distribution large, obstacles insurmontables opposés par le secteur privé qui domine la distribution, échec des réseaux parallèles ou alternatifs de distribution, tout cela explique mais ne justifie pas le caractère limité de la diffusion d'outils de première qualité produits par le mouvement populaire et syndical.

Rares sont les lancements publics de documents populaires et syndicaux alors que n'importe quel cochonnerie de chez Québécor fait partout les manchettes; rares sont les groupes qui proposent leurs manuscrits à des éditeurs pour tenter d'élargir leur diffusion; où en sont les projets de maisons d'édition populaires ou syndicales qui pourraient profiter des subventions et des tarifs préférentiels dont dispose l'entreprise privée.

Il y a aussi les tracts, les dépliants pour annoncer une activité, présenter un organisme, lancer un mot d'ordre.

Depuis plusieurs années se sont développés aussi les supports graphiques de l'information: l'affiche, la banderole, le macaron, l'autocollant, le T-shirt imprimé, etc...

Disputant mur à mur à la publicité tapageuse son droit à s'exposer, l'affiche doit en plus passer à travers les filets des autorités; du mur à la vitrine, du poteau à la boîte à lettre elle retisse les liens communautaires brisés par l'isolement. Elle interpelle l'indifférence et trace dans la ville des espaces de liberté et de solidarité - Créations souvent anonymes, produites au moindre coût et avec les moyens du bord dans les groupes populaires ou à plus grands frais dans les syndicats, on les colle en commando.

Les banderoles illustrées et les chevauchées roses de nos manifestations, les draps peints par les locataires menacés d'expulsion et accrochés aux balcons, les bannières reproduisant les dessins-manifestes des membres de l'AQDR sont aussi des expressions saisissantes des pratiques de communication qui se sont développées ces dernières années.

Du collectif de militantes ou militants qui prépare un sketch pour une assemblée au théâtre de commande que pratiquent quelques troupes liées au mouvement populaire et syndical, le théâtre d'intervention est aussi utilisé par plusieurs organisations.

L'impact des films, vidéos, diaporamas, photos produits par ou pour nos organisations a été aussi un élément important dans les campagnes de sensibilisation et dans nos activités d'information auprès de nos membres et de la population.

Pourtant les outils culturels restent encore sous utilisés, y compris par les organisations qui disposent du financement ou des équipements nécessaires à leur production et leur distribution. Une certaine mystification des véhicules audiovisuels, un manque de formation et de ressources privent un grand nombre de groupes de ces instruments que le pouvoir et l'entreprise privée ont eux appris à utiliser pour passer leurs salades.

Les chansons qui naissent par le piquet de grève, lors de l'occupation du bureau du député, devant la maison du propriétaire expulseur ou quand on brûle les comptes de taxe d'eau des assistés sociaux, les chansons qu'on grave sur disque ou enregistre sur cassette et qu'on vend pour soutenir la lutte, ce sont aussi des véhicules d'information. Certains recueils de chansons du mouvement ouvrier sont encore souvent les seuls témoignages des luttes du passé qu'on aurait oubliées si leur rythme et leur cri n'avaient pas été ainsi conservés.

Même si le pouvoir et les médias continuent de colporter l'image de nos assemblées populaires et syndicales sous la forme de réunions paquetées, manipulées, tellement plates qu'on quitte avant la fin en laissant les mains libres aux leaders pour prendre les décisions entre minuit et une heure du matin, il faut souligner les efforts de créativité que de nombreuses organisations développent pour traduire l'information, la rendre vivante et permettre aux participants de se l'approprier pour prendre des décisions. S'il y a encore beaucoup à faire, les exemples ne manquent pas pour inspirer tous ceux qui ont à coeur l'exercice de la démocratie: documents préparatoires clairs et vivants, mise en scène de l'information par l'audiovisuel ou le théâtre, débats organisés pour favoriser la prise de parole la plus large, etc...

Il faut aussi souligner les milliers de réunions d'information, au local syndical ou populaire, les réunions de cuisine et les activités de toutes sortes (visite de quartier, activités sociales et sportives, etc.) qui

chaque semaine réunissent autour de militantes et militants des nombres considérables de travailleuses et de travailleurs, citoyennes et citoyens autour de leurs problèmes et de leurs aspirations, où l'on apprend nos droits, où l'on apprend à fonctionner en groupe, où l'on échange nos points de vue, où l'on élabore nos revendications, où l'on apprend à reconnaître nos adversaires et où on met en place nos tactiques et nos stratégies de lutte.

Nos manifestations ne sont pas seulement des symboles ou des occasions de se retrouver entre nous: on a appris, du moins je l'espère, à éviter les culs de sacs des avenues et des édifices du pouvoir où seuls quelques journalistes, quand il y en a, filment les manifestants devant les portes fermées et les esplanades désertées des monuments de l'administration. On choisit de plus en plus de parcourir les quartiers populaires et les rues commerçantes aux heures d'affluence, avec nos pancartes, nos banderoles, nos chansons et nos chars allégoriques qui interpellent le passant et l'invitent à comprendre le sens de l'événement. Là aussi la routine et le conformisme ont la peau dure, mais celles et ceux qui ont vécu la chaîne humaine de la Paix du 22 octobre dernier, la grande marche entre Québec/Montréal à travers villes et villages ou la marche la nuit des femmes sans peur, auront du mal à supporter d'autres types de manifestations.

D'autres formes de pratiques d'information, ce sont nos réseaux: le bouche à oreille à l'atelier ou au bureau qui fait circuler la date et le lieu de la réunion syndicale ou le dernier mauvais coup du petit boss; c'est le panneau d'affichage qu'on alimente périodiquement et qu'on protège des saboteurs ou de la direction; c'est la chaîne téléphonique qui alerte les membres, convoque et persuade, encourage et passe le mot d'ordre, c'est le téléscripteur qui dans les centrales syndicales tisse à la grandeur de la province les liens qui resserrent la solidarité et diffuse les acquis, répand les nouvelles; c'est le courrier commun où régulièrement ou presque, comme à Montréal, les groupes rassemblent leurs envois et les diffusent dans le réseau du Sommet populaire; c'est

les échanges entre nos médias: "J'annonce ton activité dans mon journal, t'annonces, la mienne dans le tien"; c'est la pétition qu'on enverra au ministre, au propriétaire ou aux journaux, mais qui surtout permettra d'expliquer aux milliers de signataires le sens et les enjeux de la lutte, etc...

Il y a aussi la publicité que l'on paie pour porter notre point de vue le plus largement possible. Après l'orgie qu'on a connue lors des dernières négociations du Front commun du secteur public, cette pratique subit actuellement de rudes remises en question: impliquant des sommes considérables, cette forme d'information utilisée en dernier recours, en contre-attaque désespérée presque improvisée, laisse des goûts amers. Intégrée dans une stratégie d'ensemble, préparée soigneusement et associée à d'autres moyens, cette pratique peut porter fruit: elle peut ouvrir les portes d'un hebdo de quartier à un groupe populaire systématiquement censuré, elle peut prendre de court le gouvernement et favoriser un rapport de force, elle peut alerter le public sur un sujet délaissé ou dénigré par les médias. Mais la publicité payée n'échappe pas non plus à la censure: les femmes de la Coordination nationale pour l'avortement en ont eu la preuve quand elles se sont fait refuser l'accès aux pages des grands médias, même en payant!

Enfin, pour finir cette énumération qui pourrait encore durer longtemps tant les pratiques sont diverses et se développent, je voudrais aborder les moyens souvent obscurs que sont les pratiques de collecte, de conservation et de diffusion de l'information, comme les services de recherche, les centres de documentation, les agences de presse.

Si les centrales syndicales et quelques organismes des mouvements populaires se sont dotés d'outils de recherche et de documentation, ils sont loin d'être répandus dans nos organisations, utilisés et soutenus comme ils devraient l'être: c'est pourtant là des instruments indispensables dans une stratégie d'information.

La situation actuelle n'est guère reluisante: les centres de documentation populaires de Montréal, Québec, Rimouski, Sherbrooke, Hull ne survivent qu'avec des ressources ridicules qui les mettent régulièrement au bord de la fermeture; ceux de l'ICEA, des centrales syndicales (sauf la CEQ peut-être) sont aussi sur la corde raide quand ils ne sont pas fermés.

A part quelques agences de presse dans le domaine de la solidarité internationale, aucune tentative n'a été faite depuis la disparition de l'APLQ et les éphémères expériences d'organisations politiques d'extrême gauche pour doter le mouvement progressiste d'instruments alternatifs pour diffuser la nouvelle que boycottent les agences traditionnelles.

Les expériences d'organisations de distribution parallèle ont elles aussi avorté avec la disparition des organisations qui les soutenaient ou la difficulté de s'implanter.

DE QUELLES RESSOURCES DISPOSONS-NOUS POUR DEVELOPPER NOS PRATIQUES D'INFORMATION?

Comment organisons-nous l'information dans nos groupes, comment répartissons-nous les responsabilités dans ce domaine: plusieurs organisations affectent une permanence à l'information, des spécialistes même. Souvent un ou des élus ont la charge de développer la direction politique sur les pratiques d'information. Se développent de plus en plus dans les syndicats et dans les groupes populaires des comités d'information qui élaborent la stratégie d'information en lien avec les orientations et les activités de l'organisation. Mais dans de nombreux cas l'information reste encore improvisée et demeure souvent une préoccupation individuelle.

Comment se fait la diffusion des acquis, les apprentissages et la formation nécessaires au développement de pratiques plus efficaces et plus largement prises en main? Des pas considérables ont été faits dans ce sens: des colloques syndicaux sur l'information comme celui l'an passé à la FTQ, des assemblées syndicales ou d'organisations populaires pour évaluer les outils et les stratégies d'information, des sessions de formation dans les syndicats ou celles du Centre de formation populaire (CFP) pour le mouvement populaire, des guides pratiques qui conseillent les membres et donnent des techniques. Pourtant dans ce domaine, les militantes et militants ne sont pas tous conscients que ce n'est pas au dernier moment, quand le deadline était avant-hier, qu'on apprend à rédiger un article, à imprimer un tract ou à monter un réseau de diffusion!

Quelles ressources financières avons-nous? Si les centrales syndicales disposent en général de moyens financiers permettant des investissements importants dans les outils d'information, il n'en est pas de même dans les groupes populaires. Pourtant on observe, et ce n'est pas le seul domaine, qu'on répugne encore beaucoup à autofinancer nos instruments d'information:vendre un journal, un document, mettre en location une exposition ou un audiovisuel sont encore considérés comme un peu sales, presque "capitalistes". Cette conception "populiste" ne sert ni l'organisme qui épuise ses ressources au risque de disparaître, ni la population que l'on veut rejoindre à qui on ne donne pas la possibilité de poser un geste signifiant de soutien.

Comment sommes-nous équipés? De l'artisanat le plus primaire de la majorité des groupes populaires, aux équipements relativement avancés de certains syndicats, nos instruments ne sont généralement adaptés qu'à des utilisations limitées. Dès que nous voulons en sortir, il faut faire appel aux ressources extérieures (impression, productions audiovisuelles à large diffusion).

Par contre, des compétences se développent chez les militants et la capacité d'apprivoiser les techniques et les équipements liés à la diffusion de l'information permettent à plusieurs organisations de contrôler presque de A à Z la production de leurs outils. Même embryonnaires, les démarches d'appropriation des outils télématiques se développent dans quelques organisations.

Les groupes ressources? Souvent issus du mouvement populaire ou syndical, ou s'identifiant à leurs objectifs, plusieurs groupes ou individus sont des ressources importantes dans la fabrication de nos outils d'information. Ces groupes de vidéo-intervention, les troupes de théâtre progressistes, certains ateliers de composition, de graphisme ou d'impression, les centres de documentation, des collectifs de recherchistes, etc... composent un réseau qui peut soutenir nos pratiques. Les organisations populaires et syndicales savent-elles réellement utiliser ces ressources?

OU S'EN VONT NOS PRATIQUES?

Je n'oserai pas donner de leçons à personne, ni m'avancer à prédire quelles seront nos pratiques à l'avenir. Je me contenterai de vous faire part de ce que je retiens comme militant qui va sans doute poursuivre son implication dans l'action populaire et pour qui l'information est une préoccupation importante.

- Il faut adapter nos moyens aux nouveaux défis que nous impose la conjoncture: l'Etat et l'entreprise privée développent au service de leurs politiques et leurs intérêts des moyens considérables pour passer leurs messages, leurs idéologies en particulier,en s'accaparant des nouvelles technologies de communication qui leur donnent encore des moyens plus puissants d'organisation, de persuasion et de coercition.

Plus que jamais la mise en commun des ressources, la mise sur pied de réseaux d'information communs, la fabrication d'outils communs de diffusion sont à l'ordre du jour; la connaissance critique et l'apprentissage des nouvelles technologies doivent être abordés le plus largement possible pour explorer leur utilisation possible à nos conditions et pour nos besoins.

o On doit aussi évoquer des luttes qu'il va falloir poursuivre ou initier pour faire sauter certains obstacles à nos pratiques d'information:

  * d'abord la liberté d'expression:

    . des syndiqués sont congédiés ou suspendus pour avoir écrit dans un journal syndical ou pour avoir donné de l'information à la cafétéria;

    . l'affichage syndical et la distribution de l'information sur les lieux de travail sont loin d'être des acquis. Quant au droit de réunion sur les lieux de travail,n'en parlons pas;

    . des groupes populaires ont été expulsés de services publics pour avoir osé distribuer de l'information aux citoyennes et citoyens (comme les associations de locataires à la Régie);

    . l'affichage est poursuivi et des règlements municipaux ont même tenté de permettre la saisie du matériel à l'imprimerie;

    . Montréal a tenté d'interdire la distribution sur la voie publique;

    . on a vu des municipalités, des commissions scolaires refuser des salles pourtant publiques à des groupes à cause de leurs positions (CECM/Maîtresse d'école);

    . le droit de manifester est soumis à des demandes de permis,à des vérifications d'identité inacceptables et on voit régulièrement la police photographier systématiquement les rangées de marcheurs et marcheuses;

    . même la publicité payée est parfois censurée;

    . vous avez sans doute tous un exemple à rajouter...

* ensuite le droit à l'information: pour fonder notre argumentation et nos revendications nous avons besoin d'avoir accès à l'information détenue par les gouvernements et les entreprises. Les lois d'accès à l'information gouvernementale sont pleines de trous et même pas complètement en application. Quant aux entreprises elles ne sont nullement tenues de dévoiler les données qui fondent des décisions qui affectent pourtant parfois des centaines et des milliers de travailleuses et travailleurs ou usagères et usagers dans leur emploi, leur santé, leur bien-être, leur revenu.

* enfin, nous devrions comme mouvement populaire ou syndical avoir accès à certains privilèges que l'Etat n'accorde qu'aux entreprises privées dans le domaine de l'information ou de l'édition (se rappeler la hausse de 900% des tarifs postaux en '69 ou '70 qui mit à terre la distribution postale des journaux syndicaux):

  - courrier deuxième classe aux tarifs très bas;
  - subventions à l'édition;
  - etc...

  Et pourquoi ne pas revendiquer qu'en tant qu'organismes sans but lucratif et composantes importantes du développement social, nous devrions bénéficier des conditions les plus favorables.

o Nos conceptions et nos pratiques d'information sont politiques, elles posent la question du pouvoir dans nos organisations, elles sont des éléments déterminants dans la démocratie de nos organisations, elles sont des instruments de mobilisation.

Sans stratégie d'information impliquant la construction de réseaux militants à soutenir et à développer, la formation de nos membres, la

connaissance des outils et des techniques, l'utilisation du vécu et des aspirations de ceux que nous voulons rejoindre, l'intégration de nos pratiques à nos orientations et à nos luttes, on ne fera pas beaucoup de chemin.

Voilà, j'espère que ces quelques réflexions vous serviront dans notre travail en atelier et en plénière durant ces deux jours.

Bernard Vallée
Janvier 1984

" LES FEMMES ET L'INFORMATION "

par Colette Beauchamp

LES FEMMES ET L'INFORMATION

Vu l'ampleur du sujet et le temps dont je dispose, je devrai me limiter à un survol de la situation et à l'étude des mass-média, à cause de leur influence. On m'a demandé de faire d'abord le point sur les suites du colloque Les femmes et l'information qui a réuni en octobre '81, à Montréal, 800 consommatrices et femmes journalistes de toutes les régions du Québec. Organisé par un groupe de femmes de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, dans le cadre des activités de cet organisme, ce colloque fut un important événement de prise de parole et de réflexion mais n'a pas eu de suites réelles, sauf la publication des actes du colloque et la disparition de la pin-up de la page 7 du Journal de Montréal, coup de grâce qui faisait suite à une longue lutte menée par plusieurs groupes de femmes. Certaines des résolutions, parmi les plus importantes du colloque, comme celle sur la discrimination positive dans l'embauche des femmes journalistes, n'ont pas été adoptées par l'assemblée générale de la FPJQ. Quant à la création d'un comité de la condition féminine, auquel l'assemblée a refilé presque tous les mandats votés au colloque, si cette proposition fut adoptée, elle ne s'est jamais concrétisée. Pourquoi? Je dirai brutalement: les hommes journalistes ont, eux aussi, une bonne pinte de misogynie dans les veines et les femmes journalistes, c'est triste à dire, sont en retard sur d'autres groupes de travailleuses dans leur démarche de conscientisation féministe. Je montrerai plus loin qu'il y a peut-être des explications au comportement de ces femmes professionnelles.

Ce colloque avait fait le constat que l'information sur les femmes était marginalisée ou déformée quand elle n'était pas absente. Où en sommes-nous deux ans plus tard? La situation se dégrade et elle

me semble directement liée à l'invisibilité actuelle sur la place publique d'un mouvement féministe fort et combattif, et cela est aussi vrai, en ce moment, de d'autres mouvements contestataires. Bien sûr, dix ans de lutte ont apporté certains acquis. Un certain nombre de sujets comme celui des femmes battues ne sont plus tabous. Et les journalistes peuvent les traiter correctement, comme on l'a vu récemment au sujet de cette femme enceinte condamnée pour outrage au tribunal pour avoir refusé de témoigner contre son agresseur-amant. On traite avec respect les porte-parole des organismes officiels comme les Conseils du statut de la femme. Nous avons notre 8 mars. Mais la couverture même des activités importantes des femmes s'amenuise. Le premier colloque international sur la santé des travailleuses qui a eu lieu à l'UQAM, à Montréal, pendant une semaine, en juin dernier, a été très peu et très mal couvert par la presse. Les médias électroniques, sauf la radio de Radio-Canada, ont ignoré l'événement et, alors que le colloque avait fait état d'études très sérieuses, le Journal de Montréal a titré: "Plusieurs femmes menstruées dans un bureau peuvent dérégler l'air conditionné"! Les questions qui touchent la condition des femmes ne sont, pour ainsi dire, pas traitées ni dans l'information générale ni dans des dossiers spécifiques.

Le plus inquiétant est un retour vertigineux, dans un très court laps de temps, aux stéréotypes de l'éternel féminin. Par exemple, La Presse qui n'a pas de pages féminines comme telles, publie chaque semaine des cahiers mode-beauté-coiffure, consommation-cuisine, décoration et, fort heureusement, la chronique d'Anne Richer sur les activités des femmes. Le cahier mode de cette semaine contenait six dépêches d'agences du genre "La laque revient même sur les coiffures négligées" ou "Les tissus suisses dans les collections" et, bien sûr, 22 annonces. Certains jours, des articles signés par une journaliste font même gratuitement la promotion de nouveaux produits de beauté.

Cela me déprime, ça me ramène au début de ma carrière, il y a 20 ans. Pourtant, à cette époque, les journalistes des pages féminines commençaient à se battre à l'intérieur des journaux pour offrir aux femmes un contenu plus substantiel que ce remplissage qui n'a d'autre fonction que d'attirer les annonceurs et de leur faire plaisir. Quel gaspillage d'espace dans un quotidien qui emploie près de 150 journalistes!

Le magazine Châtelaine, sans se définir féministe avait accordé peu à peu son orientation aux préoccupations réelles des femmes, dans une perspective de remise en question de leur rôle et publiait de nombreux articles basés sur une analyse féministe. Il le fait de moins en moins et est retombé, sans préavis, dans les ornières mode-beauté-décoration.

A la télévision de Radio-Canada, Femme d'aujourd'hui a été remplacée par une émission socio-culturelle qui n'est pas animée par des journalistes mais par un petit couple gentillet qui fait de l'information tout aussi gentille. A la radio, l'émission matinale qui remplace La vie quotidienne nous propose une chronique quotidienne de soins de beauté et de trucs maison et une chronique hebdomadaire de mode, tout à fait archaïque, où le couturier Michel Robichaud nous indique, par exemple, si on doit porter une robe de bal ou une robe à la cheville, quand on reçoit une invitation cravate blanche ou cravate noire. Ma foi, on se fout de nous!

Le Canal 10 a mis un terme à l'émission de Jeannette Bertrand; elle dérangeait et faisait trop de place aux femmes. Suzanne Lapointe, elle, ne dérange pas, elle cultive les vertus féminines traditionnelles. Radio-Québec célèbre le 8 mars pendant une semaine, présente des portraits de femmes connues et Jeannette Bertrand y anime une émission. Pour le reste... Quant aux postes de radio privés, vous connaissez leur programmation aussi bien que moi.

Le sexisme qui n'a jamais disparu reprend des formes insultantes. L'an dernier, en page 3 de La Presse, on a publié une grande photo d'une danseuse nue qui participait à un spectacle annuel pour ramasser des fonds pour les enfants malades. Il y a deux ans, on n'aurait pas osé le faire. Le 5 janvier dernier, au téléjournal national de Radio-Canada, un reportage élaboré en provenance de Toronto sur la guerre de tranchée entre les danseuses québécoises et ontariennes sur le port du cache-sexe, illustré d'images de ces danseuses nues au travail, images qui, publiées ailleurs, seraient qualifiées de pornographiques. Au même bulletin de nouvelles, trois secondes sans illustration sur le début de la tournée canadienne de la Commission fédérale sur la pornographie. Si on regarde du côté de la télépayante, malgré les protestations de milliers de femmes, le gouvernement vient d'annoncer qu'il n'interviendra pas au sujet de la porno. Raison: la télépayante doit vivre; et cela, même si c'est sur notre sexe qu'elle le fait. Je pourrais allonger la liste d'exemples tirés d'autres médias.

Quelle est la place des femmes dans le journalisme? Nous sommes des intruses en information comme nous le sommes en politique et dans les autres lieux de pouvoir. Nous y sommes minoritaires, nous n'y occupons pas de postes de décision, nous y sommes cantonnées dans certains secteurs. Pour illustrer cette situation, je citerai, parce qu'ils sont récents, des chiffres tirés du mémoire que vient de présenter le Syndicat des journalistes de Radio-Canada à la Commission fédérale d'enquête sur l'égalité dans l'emploi. A Montréal, les femmes forment 24% des journalistes en affaires publiques et 21% à la salle des nouvelles. A la salle des nouvelles de Québec, il y a une femme pour 16 hommes et à Rimouski, aucune. Aucune femme n'occupe un poste d'affectateur et 3 femmes pour 20 hommes sont secrétaires de rédaction. Les femmes sont aussi pratiquement exclues de plusieurs secteurs. En politique, aucune femme n'est correspondante à l'étranger et, à la Colline parlementaire de Québec, il y a une femme pour 7 hommes.

Aucune femme ne collabore, à la radio, aux magazines agricole, économique et scientifique. Ne croyez pas que la situation est meilleure ailleurs. A la salle des nouvelles du Canal 10, 2 femmes sur 22 permanents et, à CKAC, 2 sur 17. Inutile de préciser qu'aucune femme n'y occupe de poste de décision. Dans la presse écrite, la situation est similaire quant au nombre de femmes: 10 à 20% bien que quelques-unes y occupent des postes de décision ou d'influence.

Cette discrimination ressemble à celle que vivent les femmes dans d'autres professions. Mais certains de ses aspects sont particuliers. Le journalisme est un métier public où la personnalité même de l'individu joue un rôle important dans l'art de communiquer et est un facteur de crédibilité. Mais le modèle est masculin. Et on demande, ni plus ni moins, aux femmes de se faire hara-kiri, de nier leur personnalité aussi bien dans leur allure que dans leur façon de penser.

Un homme peut être chauve, bedonnant ou même loucher, avoir n'importe quel timbre de voix, une élocution et une diction plus que moyennes et faire indifféremment du journalisme à la radio ou à la télévision. Chez les femmes, tout est objet d'examen. On nous reproche nos sourires dans la voix. On pourrait accepter ce fait comme une différence d'expression, comme une expression de chaleur. Connivence avec l'invité, manque d'objectivité, manque de crédibilité sanctionnent les patrons. Quant à la chaleur, interdite sur les ondes en information: tout émotivité doit être bannie comme si la froideur n'était pas aussi une expression émotive - et la moins efficace pour établir la communication.

Trop froide, trop souriante, trop jeune, trop vieille, trop ceci, trop cela, on fait rarement l'affaire et on est constamment surveillée. Il y a quelques années, une journaliste compétente se voit refuser un renouvellement de contrat à la télévision: elle avait "un sourire éditorial"... La situation n'a guère changé.

Une journaliste, reconnue pour sa compétence et qui compte plusieurs années d'expérience, couvrait récemment pour les affaires publiques de la radio à Radio-Canada son premier congrès politique, le dernier congrès à la direction du Parti conservateur. Au retour, lettre de félicitations du superviseur suivie d'un éloge verbal de sa part - ce à quoi un homme n'a ordinairement pas droit puisqu'on considère qu'il lui est naturel d'être bon en information politique. Mais, du même souffle, le superviseur ajoute: "Vous ne pourriez pas faire ce genre de reportage à la télé." Pourquoi, pensez-vous? Cette journaliste de 37 ans donne l'image d'une femme trop vibrante et trop en santé... Ce n'est pas une blague.

Nous avons aussi une vision différente des choses, une perception différente des événements. L'exprimer est notre droit mais aussi notre rôle, notre responsabilité comme journalistes. Mais essayez, quand les règles sont masculines et qu'elles ne se discutent pas - la remise en question n'étant la plus grande vertu masculine et, encore moins, dans un lieu de pouvoir.

Une journaliste en probation à une émission radiophonique d'affaires publiques mais qui a plusieurs années d'expérience comme recherchiste se voit confier un reportage sur la flambée des taux d'intérêts. Elle décide de faire une entrevue de 3 minutes avec un spécialiste et de se rendre le lendemain à Louiseville en vérifier les conséquences sur les PME. Le pupitre la rabroue ex-cathedra. Elle aurait dû faire deux entrevues avec des spécialistes. Elle n'ira pas à Louiseville, le sujet est un "feature", i.e. intéressant à long terme mais sans lien avec l'actualité immédiate! La journaliste n'a même pas la possibilité d'en discuter. Tant qu'on est un gars de la gang et qu'on agit comme tel, ça va. Mais affirmer sa différence et, par le fait même, déroger aux règles établies, inacceptable ou non accepté.

Si vous vous intéressez à la condition des femmes, i.e. à votre propre condition, vous devenez suspecte. Si vous prenez le sexisme au sérieux et que vous vous faites l'achalante de service, vous perdez aussi des points. Si vous êtes une féministe cohérente, vous perdez toute crédibilité, pas nécessairement auprès du public mais dans votre profession. Vous risquez non seulement d'être bloquée dans votre avancement mais de compromettre votre carrière et de vous mettre sur la voie de sortie. Si vous donnez la parole à des féministes, vous serez taxée d'utiliser les médias pour servir une idéologie comme si ne pas tenir compte des femmes et donner plus souvent qu'à leur tour la parole aux représentants des pouvoirs en place ne relevaient pas d'une idéologie.

Une collègue, attachée à la salle des nouvelles d'un important poste de radio privé de Montréal et reconnue pour son excellence, s'est fait dire récemment qu'elle était "plafonnée", i.e. que son avancement était bloqué. Pourquoi? "Vous êtes féministe", d'expliquer son patron. Au nombre des reproches formulés: s'intéresser à la condition des femmes et avoir, dans le cadre d'un reportage sur une manifestation contre la pornographie, interviewer une représentante du mouvement contre la porno.

Le hic: votre compétence professionnelle est rarement mise en doute - vous avez dû prouver, au départ, que vous étiez deux fois meilleure qu'un homme -, c'est vous qui l'êtes parce que femme. On comprend mieux alors que tant de femmes journalistes se taisent et n'osent pas faire de vagues.

Mais si être une femme journaliste et agir avec sa différence est actuellement une expérience éprouvante, difficile à assumer et qui exige du courage, il me semble que c'est là le seul choix possible tant sur le plan personnel que sur celui de notre responsabilité professionnelle. Autrement, nous nous mutilons et nous sommes complices d'une façon de faire l'information à laquelle nous ne croyons pas, dans laquelle nous

ne nous reconnaissons pas et qui ne sert pas les besoins du public, en plus de collaborer à une presse qui est devenue ennuyante comme la pluie.

Je rêve encore que mes consoeurs comprennent que le seul moyen pour elles d'intervenir dans leur profession et de faire leur métier selon leur conscience est de se solidariser.

Et j'en ai la conviction, c'est seulement quand il y aura beaucoup plus de femmes journalistes, de femmes conscientes qui auront la possibilité d'exprimer leur conception des choses que nous pourrons espérer une transformation de l'information - une transformation urgente -, que nous nous pourrons avoir une information plus pluraliste et diversifiée, plus équilibrée, plus communautaire, qui traite toutes les questions même politiques dans une continuité, qui explique les événements en relation avec notre contexte social, qui soit plus à l'écoute du public, s'en rapproche et s'ouvre à tous les secteurs de la population.

Leur socialisation a donné aux hommes le pouvoir et l'argent comme buts. Une fois qu'ils les ont, ils consacrent leurs énergies à les conserver et à en acquérir davantage. Nous sommes moins impressionnées par le pouvoir, nous le questionnons; nous cherchons déjà à le transformer, à l'humaniser. Nous sommes plus à l'écoute des autres. Plus près du quotidien, nous avons une vision plus concrète de la réalité et sommes davantage préoccupées d'en comprendre la complexité.

A cause de tout cela, en information, nous sommes plus portées à l'objectivité si, par objectivité, on entend le souci de traduire le plus fidèlement possible la réalité, la vraie réalité, toutes les réalités.

Colette Beauchamp
Janvier 1984

" LES TENTATIVES DES GROUPES POUR AVOIR ACCES
AUX MASS-MEDIA "

par Irène Ellenberger

LES TENTATIVES DES GROUPES POUR AVOIR ACCÈS AUX MASS-MEDIA

Dès que l'on parle d'information, d'accès aux journaux, à la radio et à la télévision, on entend deux types de reproches.

Les organisations syndicales et populaires constatent avec inquiétude que les médias de masse manifestent de plus en plus d'indifférence et même d'hostilité à l'égard de leurs organisations et même à l'égard du mouvement populaire et du syndicalisme en général. Et les exemples sont nombreux. Ils se rapportent à trois types de situations que tout le monde ici a déjà vécues.

- o On tient notre conférence de presse, dûment convoquée, et aucun journaliste ne s'y présente;

- o On tient notre conférence de presse, dûment convoquée, quelques journalistes y assistent et le lendemain, oh! surprise, aucun journal n'en parle et les nouvelles radio-télé n'en ont pas soufflé un mot la veille;

- o On tient notre conférence de presse, toujours dûment convoquée, les journalistes viennent et là, tout se gâte. Il nous posent des questions-pièges et le lendemain, nos positions subissent une démolition en règle. Et à certaines occasions, subitement les médias manifestent un intérêt passionné pour certains sujets, mais rarement à notre avantage. La grève de la CTCUM, où on démontre abondamment les inconvénients pour la population, mais où les revendications des syndicats ne sont pas expliquées, les problèmes internes de la CSN, l'infiltration des groupes populaires par des groupes politiques, etc... Rarement on parlera spontanément de nos gains, de nos acquis.

Quant aux journalistes, ils affirment que les organismes populaires et syndicaux ne font pas de l'information mais de la propagande, et ont bien du mal à produire autre chose que des slogans, des affirmations doctrinaires et stéréotypées et des discours moralisateurs.

LE FONCTIONNEMENT DES MEDIAS

Dans les faits, la question de l'information nous conduit droit au coeur de l'idéologie, comment l'information s'oriente pour devenir instrument politique. Les pratiques professionnelles des journalistes ne sont pas neutres, pas plus que leur produit, l'information. C'est pourquoi il est important de se rappeller quelques données de base sur le fonctionnement des médias et sur le travail des journalistes.

Il y a trois aspects importants à analyser: l'information marchandise, les pouvoirs des éditeurs et les valeurs du journaliste lui-même.

La plupart des médias sont des entreprises privées produisant une marchandise, l'information. Celle-ci doit être rentable. La recherche du profit amène des budgets serrés, d'où découle une série de décisions politiques. Davantage de chroniqueurs sportifs ou de loisirs que des chroniqueurs syndicaux ou municipaux. Peu ou pas de journalistes dans les régions comme si au Québec, tout se jouait à Montréal et à Québec.

Plutôt que d'envoyer un journaliste couvrir une conférence de presse, on va se fier au communiqué. Ou encore à la dépêche des agences de presse.

Pour aller chercher l'intérêt des lecteurs, on axera l'information sur ses aspects les plus spectaculaires ou sensationnels. Dans ce sens, une ligne de piquetage où sont posés des gestes de violence sera considérée comme plus intéressante, donc rentable, qu'un colloque réunissant une centaine de personnes tentant d'analyser une situation difficile et de définir des moyens d'action.

D'autant plus que le titre de l'article est l'hameçon qui va faire mordre ou non le lecteur. Un titre sensationnel, contenant des éléments-choc attirera l'attention, même s'il n'a aucun rapport avec la ligne directrice et le contenu de l'article. Et même si l'on n'a pas lu l'article, le titre demeure en mémoire. D'ailleurs la plupart du temps, les titres ne sont pas faits par l'auteur de l'article.

Un des pires exemples se rapporte à la couverture du Colloque internasur la santé des femmes, en mai dernier. Un seul journal a suivi tous les travaux du colloque et a choisi de titrer un des très bons articles écrits par la journaliste: "Plusieurs femmes menstruées, dans un bureau peuvent dérégler l'air conditionné".

La disposition générale du journal a elle aussi son importance. Une nouvelle publiée dans la troisième page ou à la quatorzième page du huitième cahier n'a pas le même impact ni le même nombre de lecteurs. D'ailleurs, le simple fait de diviser un journal ou un bulletin de nouvelles dans différents secteurs a des conséquences.

On en arrive ainsi à une information souvent désincarnée, s'adressant à des publics compartimentés: l'amateur de sport, la lectrice des pages de mode, les personnes s'intéressant aux nouvelles internationales, ou encore syndicales. Ces divers genres ne se mélangent pas. C'est comme si ces lecteurs et lectrices ne s'intéressent qu'à un seul aspect exclusif de la vie quotidienne et ne font partie que d'une seule catégorie et qui subit les conséquences des gestes que l'on pose: l'usager du transport en commun devient donc automatiquement une victime des grèves du transport en commun, le petit propriétaire subit les abus de la Régie des loyers, des revendications des locataires, etc... Le lecteur est ainsi isolé de sa collectivité, de son groupe social. Economie, vie municipale, conditions de vie et conditions de travail ne seront jamais mélangées.

Les liens ne sont jamais faits entre analyse politique, économique, syndicale ou municipale. Seuls les éditorialistes le font parfois.

Par exemple on pourrait lire dans la section "affaires publiques" d'un journal un sondage démontrant l'impopularité du syndicalisme auprès du grand public, dans les pages des nouvelles syndicales un article relatant une fermeture d'usine provoquée par l'intransigeance du syndicat et dans le cahier économique une analyse démontrant que les conditions de travail des syndiqué-e-s sont très supérieures à celles des non-syndiqué-e-s.

Une autre condition de la nécessaire rentabilité, c'est la publicité qui constitue un pourcentage important des revenus des grands médias. Cette publicité exerce un poids important sur l'information. La page ou la demi-page d'annonces peut empiéter sur un espace prévu pour une nouvelle. Il se pose donc le problème de la suppression d'une nouvelle, donc le choix de la nouvelle à supprimer.

L'orientation de l'information peut également être liée aux politiques éditoriales des consortiums qui n'ont pas que des intérêts dans les entreprises de presse. Ainsi, il est peu probable que le Journal de Montréal publie une critique d'un livre publié par les éditions Québécor. Ou encore des faits négatifs d'une autre compagnie leur appartenant. Là aussi, l'information prend une orientation politique.

Mais il n'y a pas que la situation économique des entreprises de presse qui influence directement ou indirectement le contenu de l'information. Il y a les pouvoirs de l'employeur. Les conventions collectives des journalistes sont éloquentes à cet égard:

> "LE SYNDICAT RECONNAIT QUE LES DROITS ET OBLIGATIONS DE L'EMPLOYEUR SONT D'ORGANISER, D'OPERER, DE DIRIGER, DE PREVOIR, DE COMMANDER, DE COORDONNER, DE CONTROLER, D'ADMINISTRER LA POLITIQUE DU JOURNAL, DE DECIDER DE SON ORIENTATION IDEOLOGIQUE, D'ETABLIR LA POLITIQUE D'INFORMATION ET FAIRE RESPECTER, D'ETABLIR LES METHODES D'EDITION

ET DE PUBLICATION, DE LIMITER OU DE CESSER EN TOUT OU EN PARTIE LES OPERATIONS DE L'ENTREPRISE".

Ce pouvoir, les propriétaires ou leurs représentants l'exercent à toutes les étapes de la fabrication d'un journal. Choix des nouvelles retenues, choix de leur emplacement, et choix du titre. C'est ce qui s'appelle le droit de gérance. Une autre façon d'orienter l'information.

Tout ceci ne veut pas dire que le journaliste n'est jamais libre d'écrire sa nouvelle comme il le veut. Mais ce qui entre en compte à ce moment-là, c'est son propre système de valeurs. Qui s'exerce parfois directement, parfois presque à son insu. Dépendant qu'on soit propriétaire ou locataire, on choisira d'écrire une série d'articles sur l'étranglement fiscal des propriétaires ou une série sur les listes noires de locataires.

Un amateur de chasse et pêche ne parlera pas de la même façon de la pêche au saumon des Indiens de Restigouche qu'un militant des droits humains. Si l'on est peu sensible aux diverses discriminations vécues par les femmes dans leur milieu de travail, on ironisera sur des slogans féministes.

Mais souvent, les opinions du journaliste, son conditionnement social s'exercera de façon plus subtile.

Le choix des mots, des tournures de phrase exprime lui aussi, par les nuances plus ou moins subtiles, l'idéologie de chaque journaliste. Les mots n'étant pas plus neutres que l'information.

Ainsi, pour prendre un exemple récent, titrer: "Signature d'une convention collective sans grève chez Bombardier" ou "Bombardier achète la paix" n'a pas la même signification. La convention collective négociée

sans recours à la grève démontre une bonne volonté syndicale, des efforts pour en arriver à une entente. L'achat de la paix par l'employeur démontre que c'est grâce à des sacrifices patronaux qu'il n'y a pas eu d'affrontement.

Quand on titre: "Le gouvernement reste ferme face aux enseignant-e-s en grève" ça n'a pas la même signification que: "Face à la grève des enseignant-e-s, le gouvernement demeure intransigeant". La fermeté est considérée comme une qualité et l'intransigeance comme un défaut.

Selon une opinion sur le maire Drapeau, on titrera: "Un nouveau triomphe pour le maire Drapeau" ou "Malgré la spectaculaire remontée de l'opposition, Drapeau est réélu". Dans le premier titre, le terme de triomphe renforce la notion de ralliement autour d'un vainqueur incontesté, alors que dans le deuxième titre, le mot "malgré" exprime la déception et on rappelle la bonne performance de l'opposition.

D'ailleurs, parler du gouvernement, du Premier ministre ou du maire n'a pas la même portée que parler de Trudeau, de Lévesque ou de Drapeau. Dans le premier cas, on fait référence à une institution légitime, élue, hiérarchisée alors que dans le deuxième exemple, on parle d'un individu, donc révocable.

Titrer: "Malgré la pluie, près de 10,000 personnes manifestent contre le gouvernement" ou "Moins de 10,000 personnes se sont dérangées à l'appel des centrales syndicales" n'a pas le même impact.

Il est donc évident que les nouvelles syndicales ou se rapportant à des groupes populaires n'intéressent que fort peu de propriétaires de journaux qui ne se sentent aucune obligation de diffuser des informations qui dérangent la société ainsi que leurs propres valeurs, et les valeurs de certains journalistes.

NOS PRATIQUES D'INFORMATION

Mais nous devons aussi questionner nos propres pratiques d'information.

Nous savons tous qu'il y a fort peu de chroniqueurs sociaux ou syndicaux dans les médias.

La convocation de trois conférences de presse le même jour sur des sujets similaires, mais par des groupes différents, n'attirera pas beaucoup de journalistes tout en donnant le prétexte facile: le chroniqueur était assigné ailleurs.

De plus, ces convocations non coordonnées accentueront l'impression de perpétuelle division du mouvement populaire. Surtout quand cet organisme dérange. Une conférence de presse inutile, jugée inintéressante par les journalistes présents les amènera à questionner la crédibilité de l'organisme, surtout si c'est un organisme qui dérange. Quand il s'agit d'un propriétaire ou d'un entraîneur d'une équipe de hockey, ou d'un club Rotary, le jugement est souvent moins sévère.

Le peu de ressources est évidemment un problème de taille. C'est vrai que beaucoup de journalistes aiment faire face à des spécialistes des relations publiques qui prépareront des beaux petits kits où tout est machouillé à l'avance. Les conférences de presse deviennent alors des échanges entre spécialistes de bon aloi.

Mais ce ne sont pas les problèmes budgétaires qui nous obligent à reproduire un discours stéréotypé et dogmatique. Souvent les militantes et les militants d'un organisme en adoptent le jargon, les tournures de phrase même et perdent la capacité de s'exprimer de façon simple, ou n'osent plus faire appel à leur imagination et leur créativité.

Mais le principal obstacle réside dans l'absence de politique d'information des divers groupes. Rarement l'information est liée à la stratégie globale pour rejoindre nos objectifs. Il est essentiel, si l'on veut être efficace, de lier stratégie d'information et stratégie de lutte.

L'absence de coordination de l'information entre les divers groupes nuit donc en premier lieu à leur propre accès à l'information.

Si l'on se sent boycotté par les médias, il n'est pas inutile de faire l'analyse de nos dernières interventions. Sur quels sujets portaient nos dernières conférences de presse? Sur des dénonciations, des luttes ou sur des acquis? Sur des principes ou sur des activités?

Est-ce que la pertinence de tenir une conférence de presse avait été évaluée? Est-ce que d'autres moyens de communication avaient été envisagés? Et surtout, quels étaient nos objectifs? Informer la population en général, rejoindre nos propres membres, passer un message à nos adversaires ou amorcer un processus de sensibilisation sur une question nouvelle?

La méconnaissance des moyens d'information et du fonctionnement des médias nous amène souvent à user et abuser des conférences de presse en négligeant d'autres modes d'intervention tout aussi efficaces.

Un simple communiqué de presse peut être tout aussi efficace qu'une conférence de presse. Remettre un bon dossier à un journaliste, solliciter ou suggérer une entrevue, utiliser la publicité payée ou remettre une cassette à un poste de radio sont des moyens d'accès aux mass-média que peu de groupes utilisent.

Quant aux émissions mélangeant divertissement et information, on les connaît peu et on ne les utilise pas à cause de l'image ou du message qu'elles véhiculent. Et pourtant les talk-show et les émissions dites féminines ont souvent des cotes d'écoute élevées et permettent de plus de rejoindre un public que l'on n'atteint généralement pas.

Il y a aussi les courriers de lecteurs, les pages d'opinions, les articles dans les magazines, les lignes ouvertes, les services à la communauté... Sans compter les journaux de quartier et les médias communautaires sous-utilisés.

Il est donc essentiel de mettre des efforts dans la formation. Pour bien utiliser les médias, il faut connaître leur fonctionnement, leurs règles de fonctionnement. Intervenir pour obtenir des meilleures garanties et un véritable accès à l'information est indispensable, travailler à des nouveaux outils d'information essentiel. Mais nous devons apprendre à utiliser adéquatement les mass-média, sans illusion mais au meilleur de notre connaissance. Trop de groupes n'ont même pas de liste de médias, aucun contact, aucune personne capable de donner une entrevue à la télévision ou à la radio, aucune personne-ressource parlant anglais pour les médias anglophones, ou personne ne sachant rédiger un texte intéressant qui attirera et accrochera le lecteur.

Quant aux journalistes ils doivent de toute urgence reprendre le contact avec les organisations populaires et syndicales. Du moins les journalistes que cela intéresse. L'accès à l'information des groupes mettant de l'avant des positions qui vont à l'encontre de l'idéologie dominante, des establishments est essentiel dans une société qui se veut démocratique et pluraliste. Mais il ne suffit pas d'en parler, de discuter. Les organismes syndicaux et professionnels regroupant les travailleuses et les travailleurs de l'information doivent continuer à mettre de l'avant des revendications précises sur le droit à l'information, diminuer l'arbitraire patronal, augmenter les effectifs, etc... La lutte pour le droit du public à l'information, doit être menée par ses principaux acteurs, les journalistes.

Il y a donc trois priorités à dégager:

- Revendiquer l'accès à l'information,
- Se doter d'une politique et d'une stratégie d'information tout en développant nos propres outils,
- Et la formation.

La parole ça se prend, mais l'information ça s'apprend.

Irène Ellenberger
Janvier 1984

" LES ENJEUX DES NOUVELLES POLITIQUES DU FEDERAL ET DU QUEBEC EN MATIERE DE COMMUNICATION ET DE CULTURE "

par Lina Trudel

LES ENJEUX DES NOUVELLES POLITIQUES DU FEDERAL ET DU QUEBEC EN MATIERE DE COMMUNICATION ET CULTURE

Nous sommes réunis en fin de semaine, une centaine de groupes populaires et de syndicats, pour tenter de trouver des moyens et des solutions afin d'améliorer nos stratégies d'information et d'obtenir un accès plus équitable aux mass-média; pour ce faire, il nous faudra aussi tenir compte des nouvelles politiques que les deux paliers de gouvernements sont en train de nous préparer. En effet, si les orientations qui président actuellement à l'élaboration de ces politiques sont maintenues, non seulement nos problèmes ne seront pas solutionnés, mais ils risquent au contraire de s'aggraver considérablement.

Avant d'aborder le contenu de ces politiques, voyons dans quel cadre elles s'élaborent.

LE CADRE GENERAL

En tout premier lieu, il faut se rappeler qu'en matière de communication c'est le fédéral qui possède tous les pouvoirs. Le Québec a abdiqué ces dernières années les seuls pouvoirs qu'il avait par l'intermédiaire de la Régie des services publics. La Régie avait le pouvoir d'approuver la programmation de la télépayante et de Radio-Québec. Dans les deux cas, le MCQ a lui-même contribué à ce que la Régie n'exerce pas ses pouvoirs. Le MCQ, par exemple, a décidé de ne pas poursuivre les entreprises de télépayante qui ont refusé de faire approuver leur programmation par la Régie des services publics.

Le seul instrument qui nous reste, c'est Radio-Québec et nous verrons plus loin que le ministre au lieu de miser sur Radio-Québec s'apprête au contraire à limiter son développement.

La seule raison qui amène les gouvernements à reviser actuellement leurs politiques c'est l'explosion des nouvelles technologies dans le secteur des communications. Il ne faut pas se faire d'illusion, les problèmes qui nous préoccupent actuellement comme, par exemple, le déséquilibre de l'information, l'accès égalitaire à l'information, au savoir, aux nouveaux outils informatiques ne font pas partie du champ de vision des ministères. Ces problèmes sont pourtant bien connus puisque de nombreuses commissions d'enquête comme la Commission Kent les a très clairement soulevés.

Le secteur des communications connaît, il est vrai, des transformations très importantes. Les nouvelles technologies se succèdent (télépayante, satellites, canaux spécialisés, vidéo cassettes, vidéotex, antennes paraboliques, etc.) et modifient complètement le portrait de la radio-télédiffusion.

Tous ces services vont se fragmenter un marché canadien relativement limité. Là on en donne beaucoup plus que ce que le client en demande. Dans quelques années, la prolifération des satellites va nous permettre d'accéder non seulement à tous les canaux américains mais aussi à une bonne partie de la production mondiale. L'envahissement des productions américaines et étrangères va s'accentuer à un point tel que la production, sinon la culture "canadienne" déjà très fragile va être complètement noyée et risque même de disparaître à tout jamais.

Le fédéral a donc décidé d'agir vite pour sauver l'industrie de la production culturelle canadienne et ce, en la rendant plus compétitive.

Comme vous pouvez le constater, il s'est produit ici un léger glissement; le développement culturel devient tout à coup synonyme de développement industriel, et la culture devient une industrie comme les autres.

LES POINTS ESSENTIELS DE LA STRATEGIE DU FEDERAL EN MATIERE DE COMMUNICATION

Certaines mesures sont actuellement en vigueur, d'autres sont à venir. La première mesure annoncée ce fut la création d'un fonds d'investissement pour la production audiovisuelle à 35$ millions et qui atteindra 65$ millions au bout de cinq ans. Le tiers de ce fonds est réservé à la production francophone; cependant, les documentaires en sont exclus.

Un deuxième élément de la stratégie du fédéral consiste à favoriser l'industrie des nouveaux services de programmation (télépayante, canaux spécialisés, télétex, vidéotex, etc.). Cette politique est actuellement appliquée et on connaît ce que ça donne pour la télépayante. On a aussi décidé de confier à la télédistribution le statut de véhicule privilégié de la révolution informatique de préférence aux télécommunications et à la radiodiffusion.

En octobre dernier, le ministre Fox rendait publique la nouvelle politique pour Radio-Canada. Le réseau d'Etat constitue à l'intérieur de cette politique l'outil essentiel du développement de la vie culturelle au Canada. Les mesures envisagées sont de taille et vont certainement modifier considérablement le rôle de Radio-Canada et sa programmation. Cette politique n'a cependant fait l'objet d'aucune consultation publique. Ainsi on a décidé en catimini que Radio-Canada va devenir un service distinct des autres à dominante canadienne, ce qui signifie que la Société n'aura plus la responsabilité d'offrir un

service de programmation équilibré et complet. C'est l'ensemble du système qui, dit-on, va assumer ce service. Voici comment ça se traduira dans la programmation:

> D'ici 5 ans, Radio-Canada devra offrir 80% de productions canadiennes aux heures de pointe. La moitié de cette production devra aussi d'ici 5 ans être confiée à des producteurs indépendants.
>
> Radio-Canada devra aussi accentuer l'information sur les dossiers nationaux (Canada) et refléter davantage la diversité canadienne, de façon à renforcer l'unité canadienne. Cette politique, on peut le constater à l'oeil nu, est déjà en vigueur: il y a de moins en moins d'informations sur ce qui se passe au Québec et on a réduit au minimum l'information régionale.

Deux autres éléments de la stratégie méritent aussi d'être signalés. Il s'agit du nouveau partage de responsabilités entre le gouvernement et le CRTC. Désormais, c'est le gouvernement qui définit les politiques et les grandes orientations et le CRTC n'aura plus qu'à traduire ces politiques dans des règlements et à surveiller leur application.

Enfin, on annonce à cet effet que la réglementation sera revisée pour tenir compte du développement des nouvelles technologies.

LES CONSEQUENCES DE CES POLITIQUES

La notion de service public qui guidait jusqu'à maintenant, du moins en théorie, l'élaboration des politiques est maintenant remplacée par la notion de développement des industries de la culture. Le public est absent, jamais il n'est question du droit du public à l'information et à la culture.

Avec la prolifération des nouveaux services payants, le système des communications, dans son ensemble, ne sera plus un service public. Même Radio-Canada abandonne cette vocation puisque le réseau d'Etat n'aura plus la responsabilité d'assurer une programmation complète et équilibrée. Pour avoir accès à l'information régionale, il va falloir désormais compter soit sur le réseau privé, ou éventuellement s'abonner à un canal spécialisé qui pourrait se développer dans ce domaine. Il est donc à prévoir que les services actuellement gratuits vont diminuer au profit des services payants, et ce ne sont pas nécessairement les services les plus superflus qui vont devenir payants.

De plus, la stratégie d'aide de l'Etat au développement de l'industrie des communications ne tient pas compte des besoins de la population et de sa capacité de payer. En effet, la prolifération des services et canaux spécialisés est absolument irréaliste pour le Québec et le Canada. La preuve en est le peu d'intérêt pour la télépayante. La fragmentation de l'auditoire va impliquer une réduction des moyens et donc une réduction de la qualité. Le recours à la pornographie s'explique essentiellement par ce contexte; on fait n'importe quoi pour attirer la clientèle.

L'intérêt pour les émissions américaines loin de diminuer risque ainsi d'augmenter. C'est le Québec qui va probablement être le plus grand perdant dans toute cette affaire. Avec la nouvelle orientation de Radio-Canada, la spécificité culturelle du Québec risque en effet d'en prendre un coup:

- on assiste actuellement à une centralisation des décisions à Ottawa;
- le réseau français devra principalement refléter la diversité canadienne et il devra produire de plus en plus avec le réseau anglais et ce,en fonction d'une problématique d'exportation;

. avec la télépayante c'est encore plus grave. Le fusion de TEVEC et Premier choix ne nous apporte rien. Le Québec a renoncé à son droit de veto et le contrôle va rester entre les mains des anglophones.

DANS UN TEL CONTEXTE VOYONS COMMENT LE QUEBEC S'ORIENTE

Au fédéral au moins on parle encore de culture et on a la cohérence de miser sur Radio-Canada pour développer la culture canadienne alors que le MCQ a décidé pour sa part que sa vocation était désormais économique et non culturelle. Le seul objectif du ministère inscrit dans le document "Un futur simple?" c'est de faire prendre le virage technologique au secteur des communications en aidant les entreprises à cette fin. Les mots-clés qui résument toute l'orientation du document sont la concurrence, la déréglementation, la politique du faire-faire, la recherche-développement et la concertation. On attendait avant le Sommet un énoncé de politique et on a eu droit à ce document de travail où tous les enjeux culturels et sociaux sont évacués. Ainsi, on considère dans ce document que la concentration de la presse ce n'est plus un problème alors que les preuves sont faites que ce processus a entraîné une très grande uniformisation des contenus.

Le Sommet des communications qui se voulait une consultation en vue de l'élaboration de la future politique du Québec en matière de communication s'est avéré dans les faits une opération qui a servi avant tout à faire confirmer l'orientation économique du gouvernement. (La méthode en est simple - on convoque un Sommet composé aux deux tiers de représentants d'entreprises et du gouvernement). Les six (6) points majeurs du consensus que le ministre J.F. Bertrand a dégagés du Sommet sont très éclairants à cet effet. Comme par hasard les priorités du "Futur simple" s'y retrouvent toutes et ces éléments résument en fait l'essentiel de l'orientation du MCQ. Il nous semble donc pertinent de les énumérer ici.

• On met l'accent sur une politique d'exportation des productions audiovisuelles; • dans l'industrie de l'informatique, le principal créneau du Québec sera celui du logiciel. L'objectif du ministre, comme il le dit lui-même "C'est de faire du Québec le pays du logiciel". Le MCQ s'est engagé à: • favoriser le développement des industries informatiques - par une politique de faire-faire par l'entreprise privée - une politique d'achat des ministères en bureautique - l'aide de l'Etat à l'informatisation des entreprises et accroître la recherche-développement pour l'industrie de l'informatique; • pour ce qui est des impacts sociaux, on en reste aux voeux pieux. Voici ce qu'en dit le ministre: "Les impacts sociaux de l'introduction des nouvelles technologies demeurent une préoccupation majeure et le gouvernement du Québec entend en tenir compte dans l'élaboration de ses politiques"; • enfin, on a décidé de la formation d'un forum permanent sur les communications pour poursuivre la concertation (avec le même monde que ceux représentés au Sommet).

A signaler ici que l'engagement pris lors du Sommet à l'effet de soumettre l'énoncé de politique à la consultation populaire ne fait pas partie des points majeurs repris par le ministre. Pour notre part, nous avons l'intuition que l'on risque d'attendre aussi longtemps cet énoncé de politique que l'on a attendu celle sur l'éducation des adultes.

Entre-temps, le ministère prend des décisions. On investit 3$ millions dans la télépayante et on annonce que Radio-Québec pourrait fonctionner avec deux fois moins de personnel.

Il ne nous semble pas nécessaire ici de faire grand commentaires sur la politique du MCQ, les enjeux sont très clairs. Les menaces à notre culture empruntent maintenant le chemin des nouvelles technologies, et aucun obstacle n'est envisagé pour en limiter la portée.

Ce triste scénario risque donc de se dérouler si on n'intervient pas fermement pour forcer les gouvernements à revenir à des objectifs sociaux et culturels et, à la notion de service public comme élément central du développement des communications qui devra aussi englober tout le domaine des banques de données publiques.

Lina Trudel
Janvier 1984

LES PROPOSITIONS ADOPTEES EN PLENIERE

LES PROPOSITIONS ADOPTEES EN PLENIERE

A - L'INFORMATION INTERNE DES SYNDICATS ET DES GROUPES

(1) Que dans chacun des groupes participants aux Etats généraux on amorce une réflexion sur le contenu de notre information avec la préoccupation:

- . de réfléter davantage les préoccupations des gens à qui on s'adresse;
- . de répondre davantage à leurs besoins d'information;
- . d'accroître la crédibilité de notre message;
- . d'adapter le langage utilisé;
- . de développer des stratégies d'information non-écrite.

(2) Que les groupes plus avancés dans la formation d'un réseau d'information (par exemple: MEPACQ, ICEA, Centre de documentation-Québec, Sommet populaire, CSN, CEQ, FTQ, etc.) appuient les efforts des autres groupes qui cherchent à développer de tels réseaux.

(3) Que les bulletins qui ont plus de moyens tels les bulletins syndicaux et populaires accordent de l'espace aux groupes populaires qui ont moins de ressources.

(4) Que ces démarches (propositions 2 et 3) soient effectuées, notamment dans le but de mettre sur pied un réseau d'information:

a) entre les organismes féministes, populaires et syndicaux dont la principale composante serait une agence de presse écrite et électronique;

b) ce réseau serait mis sur pied sur la base des régions géographiques du Québec;

c) l'agence de presse pourrait être mise sur pied par une équipe de gens rémunérés et devrait viser l'autofinancement dès la période de sa mise sur pied.

(5) Qu'il soit demandé aux organismes syndicaux d'ouvrir leurs sessions de formation en information aux groupes populaires.

(6) Que dans l'avenir on se donne des moyens de lutte commune:

a) pour faire respecter le droit d'expression;

b) pour obtenir l'information gouvernementale et celle des entreprises privées;

c) pour faciliter la diffusion de l'information (ex. tarifs postaux).

Que l'ICEA prenne la responsabilité de constituer une liste de l'ensemble des groupes participants et invités aux Etats généraux et la fasse parvenir aux groupes en les invitant à mettre les groupes sur leur liste d'envoi et en les encourageant à développer des contacts plus systématiques.

B - LES MEDIAS COMMUNAUTAIRES

(7) Qu'on organise des regroupements régionaux des médias communautaires,alternatifs, syndicaux:

a) pour faciliter et enrichir le contenu des médias (échanges d'information, dossiers, mise en commun de ressources);

b) pour favoriser l'autonomie de ces médias.

(8) Qu'une rencontre ait lieu entre les instances syndicales représentatives (locales et nationales) et les représentants des médias communautaires pour clarifier les possibilités de collaboration.

(9) Que les médias communautaires soient reconnus comme des outils d'information indispensables et que les organisations syndicales et populaires en deviennent membres.

(10) Que les centrales syndicales, les syndicats locaux et les organisations populaires recourent aux médias communautaires qui, dans la pratique, défendent les mêmes intérêts qu'eux, pour le placement d'information et de publicité locale.

(11) Que l'ensemble des médias communautaires qui en font la demande puissent avoir accès à la publicité gouvernementale au même titre que les médias privés et aux mêmes tarifs.

(12) Que ces médias aient accès aux mêmes services techniques et financiers que ceux offerts aux PME par l'Etat.

(13) Que l'aide de l'Etat au développement de programmes de formation en communication et en gestion tienne compte des besoins des médias communautaires.

(14) Que l'Etat permette un soutien financier stable, adéquat, et sans ingérence, aux médias communautaires, afin de faciliter la démocratisation de l'information dans les régions où les communautés locales désirent de tels médias et d'assurer à ces communautés le droit d'animer et de gérer collectivement ces médias communautaires.

(15) Que les groupes populaires et syndicaux soutiennent les représentations des associations de médias communautaires auprès des gouvernements fédéral et provincial en vue d'obtenir un financement adéquat.

(16) Que les Etats généraux soutiennent la mise sur pied d'un colloque sur l'information municipale et locale à Montréal à l'automne '84.

C - LES MEDIAS ECRITS ALTERNATIFS

(17) Que soit formée une table de concertation de la presse écrite alternative (spécialisée et communautaire) afin:

a) de faire le point sur son évolution et sur les conditions de sa survie;

b) d'étudier la mise en commun de certains services;

c) d'améliorer les rapports avec les organisations progressistes;

d) de faire pression sur l'Etat en vue d'obtenir l'aide nécessaire au développement de la presse alternative.

(18) Que l'ICEA en collaboration avec les médias écrits alternatifs intéressés analyse les problèmes liés à la distribution et élabore au besoin un projet alternatif.

D - LE JOURNAL POPULAIRE A GRAND TIRAGE

(19) Que les services ou comités d'information des organismes syndicaux et populaires des centrales syndicales et de toute autre organisation intéressée s'entendent sur un calendrier de rencontres consultatives afin:

a) d'échanger sur nos pratiques d'information;

b) de faire un bilan des expériences faites en information (ex.: Québec-Presse, médias communautaires);

c) que le débat sur l'opportunité d'un journal populaire, soit mené par chaque syndicat et groupe populaire, tant au plan de l'orientation idéologique et du contenu que du financement.

(20) Que les démarches visant la mise sur pied d'un média écrit national et progressiste se continuent.

(21) Que les Etats généraux considèrent comme une priorité la multiplication de nos efforts pour favoriser l'émergence d'un journal populaire, critique, à grand tirage.

(22) Que l'ICEA réunisse les groupes intéressés à développer un médium progressiste national.

E - LES PRODUCTIONS CULTURELLES ALTERNATIVES

(23) Que dans le cadre des budgets qu'elles allouent à la formation et à l'information, les centrales syndicales, en collaboration avec les groupes de productions culturelles, étudient la possibilité d'accentuer l'utilisation des productions culturelles telles vidéo, cinéma, théâtre et autres, comme moyens de formation, d'information et de sensibilisation de leurs membres.

Que l'ICEA organise une série de rencontres entre d'une part, les responsables à la formation et à l'information des centrales syndicales et les groupes populaires et, d'autre part, les producteurs culturels impliqués dans la promotion culturelle, sociale et collective.

(24) Que le ministère de l'Education et tous les autres ministères concernés allouent des budgets beaucoup plus importants pour la diffusion large des productions culturelles québécoises dans tout le réseau de l'éducation.

F - L'ACCES AUX MEDIAS DE MASSE NATIONAUX ET REGIONAUX

(25) Que chaque groupe revendique son droit à être entendu et à être produit dans les médias électroniques principalement Radio-Québec et Radio-Canada.

(26) Parce que nous sommes totalement insatisfaits de la couverture des nouvelles syndicales et populaires, que soient systématiquement utilisés les moyens tels que:

- . appeler les médias pour se plaindre, protester contre la disparition de certaines émissions;
- . réclamer un droit de réplique (incluant des délais courts, des espaces ou du temps d'antenne similaires à ceux alloués à l'information à rectifier, etc.);
- . plaintes au Conseil de presse;
- . lettres aux lecteurs;
- . exiger une augmentation du nombre de chroniqueurs syndicaux et de l'affectation de journalistes à la couverture des activités des organisations populaires;
- . etc.

(27) Que les Etats généraux appuient le principe de la création de conseils populaires régionaux de communication ayant comme mandat général la défense et la promotion des droits et intérêts de leurs membres en communication; et de la création d'un conseil populaire québécois des communications, unissant les conseils populaires régionaux, les organismes populaires et syndicaux nationaux.

Que l'on demande à l'ICEA, et plus particulièrement au Groupe de travail sur les communications (comité de l'ICEA), d'étudier et d'approfondir la question pour la soumettre à l'ensemble des organisations.

(28) Que l'on favorise la formation dans les régions de regroupements populaires et autonomes d'intervenant-e-s en communication (médias communautaires, organisations syndicales, travailleuses et travailleurs en communication, groupes populaires, usagères et usagers) ayant pour tâches:

a) d'assurer une concertation entre ces divers intervenantes et intervenants;

b) d'assurer une surveillance critique des médias traditionnels et communautaires (dossiers noirs, etc.);

c) de développer des expertises (dossiers, etc.) sur différentes problématiques (ex.: information et informatique, le droit du public à l'information, etc.);

d) de développer des projets communs sur certaines luttes, etc. (émissions, radios, articles/écrits, etc.).

(29) Que l'ICEA, à son initiative ou sur proposition si possible en collaboration avec des organisations syndicales et populaires et les regroupements de journalistes, mène ou fasse mener des analyses de contenu, genre "Il faut que le métro roule", sur des sujets spécifiques (sexisme, couverture syndicale, etc.) et leur traitement dans les médias.

Que l'on recherche des mécanismes de médiation entre les journalistes d'une part, et les groupes populaires, syndicaux et féministes d'autre part, en cas de conflit sur la couverture qui leur est faite.

(30) Que les Etats généraux demandent au gouvernement du Québec de rendre publiques les données statistiques sur la concentration de la presse et surtout des imprimeries au Québec, et de compléter ces données par des études particulières, si nécessaire.

Que les Etats généraux recommandent aussi la formation d'un comité permanent dont le mandat serait d'exercer un rôle de surveillance sur l'évolution de la propriété des médias au Québec.

(31) Que les groupes participants se donnent une meilleure connaissance des médias et qu'à cette fin l'ICEA produise un outil d'information (ou fasse connaître les outils d'information existants) de façon à donner aux groupes une meilleure connaissance de l'utilisation des médias:

. heures de tombée;
. jours favorables, moments plus calmes;
. façon de rédiger nos communiqués (vu que maintenant, ils sont sur écrans cathodiques; dire l'essentiel dans les cinq premières lignes);
. rapports à établir avec les journalistes;
. distinction entre le langage de l'information interne et celui à utiliser pour le grand public.

Que l'on revendique des moyens pour empêcher l'utilisation à des fins de répression judiciaire des travailleuses et travailleurs de l'information pour des faits survenus dans l'exercice de leur métier ou des informations recueillies par ces médias.

NOTA BENE: Les propositions qui suivent sont référées - faute de temps pour les débattre - aux organisations participantes pour fins de discussion.

G - LES RIPOSTES AUX POLITIQUES FEDERALES ET QUEBECOISES DE COMMUNICATION ET DE CINEMA

Les politiques du fédéral

(32) Que l'on maintienne la notion de service public comme élément central de notre système de communication.

(33) Considérant l'importance de la culture et de la production culturelle sous toutes ses formes et moyens pour l'épanouissement social, culturel et politique d'un peuple;

Considérant que ce principe détermine des choix de société axés sur les réalités et les besoins de l'ensemble de la population;

Considérant l'importance du travail effectué par les groupes de production populaires ou autonomes dans ce domaine;

Que l'on exige que les gouvernements:

a) s abstiennent d'adopter des politiques culturelles fondées sur la rentabilité économique ou industrielle;

b) reconnaissent l'apport du travail culturel dans l'expression et l'identification d'un peuple;

c) revisent conséquemment les politiques annoncées dans ce domaine;

d) subventionnent les productions culturelles et leur diffusion, sans ingérence dans les contenus et en conservant la liberté d'expression des groupes, des créatrices et créateurs;

e) favorisent la diffusion de ces productions dans toutes les régions du Québec;

f) garantissent financièrement ou autrement l'accès aux moyens de production à tous les groupes de la population et en particulier aux groupes traditionnellement exclus notamment les femmes, les jeunes et les groupes des régions excentriques.

(34) Que le Fonds Fox destiné à la production audiovisuelle soit disponible à la production des documentaires et aux autres formes de productions non incluses dans sa définition du divertissement.

(35) Que l'ICEA et/ou les États généraux exploitent la possibilité d'entreprendre une ou des interventions communes avec des groupements au Canada anglais qui partagent nos préoccupations au sujet de la politique fédérale de communication.

(36) Que l'on soulève publiquement les dangers du contrôle accru du gouvernement et de la direction centrale de Radio-Canada sur le contenu des émissions de Radio-Canada.

(37) Que l'on exige que Radio-Canada assume davantage son mandat afin de garantir au public une information complète, diversifiée et pluraliste. Dans ce sens, que l'on réclame que Radio-Canada augmente le temps accordé à l'information régionale (locale pour le fédéral).

(38) Que l'on réclame que le réseau français de Radio-Canada au Québec soit d'abord le reflet de la spécificité de la culture québécoise.

(39) Que l'on exige que les nouvelles orientations de Radio-Canada soient soumises à une consultation publique (audiences du CRTC).

(40) Que le CRTC refuse d'émettre une licence à tout diffuseur qui inscrit dans sa programmation des productions à caractère pornographique et haineux et que le gouvernement fédéral retire toute subvention directe ou indirecte à la réalisation et à diffusion de telles productions.

Les politiques du Québec (MCQ)

(41) Que le ministère des Communications du Québec adopte comme objectif prioritaire dans l'élaboration de sa politique le développement d'une plus grande démocratie sociale et culturelle.

(42) Que le MCQ revienne à sa notion de "service public" pour les médias et qu'il se préoccupe d'abord de faire respecter par les entreprises de presse privées ou d'Etat le droit du public à l'information et à la culture.

(43) Que soient prises des mesures pour garantir le droit du public à une information complète, diversifiée et pluraliste et pour assurer aussi le droit à l'expression pour toutes les catégories sociales et organismes socio-culturels.

(44) Qu'il y ait obligation pour les entreprises de presse de rendre publics leur politique d'information, leur bilan financier de même que les rapports sur leurs titres de propriété.

(45) Que le MCQ favorise un plus grand pluralisme de la presse, qu'il s'attaque au phénomène de la concentration, surtout pour la presse régionale;

Qu'il favorise le développement et l'émergence de médias communautaires et alternatifs;

(46) Que soit interdite toute acquisition de médias et de nouveaux services par quelque conglomérat.

(47) Que le MCQ mise sur Radio-Québec comme l'un des principaux outils de communication et de développement culturel au service de la population;

Que le MCQ considère le développement des médias communautaires comme une de ses priorités et leur accorde les ressources nécessaires à l'accomplissement de leur mission;

Que les fonds publics soient consacrés à améliorer les services publics existants comme Radio-Québec et les médias communautaires au lieu d'être investis dans les nouveaux services (la télépayante et la 3e chaîne commerciale) qui ne correspondent à aucun besoin exprimé par la population.

(48) Que les réseaux publics, en particulier Radio-Québec, soient confirmés dans leur mandat éducatif et culturel; qu'on exige de Radio-Québec une plus grande ouverture aux besoins tels qu'exprimés par les différents groupes et particulièrement les organisations autonomes syndicales, populaires et de femmes.

(49) Que le processus de régionalisation de Radio-Québec s'appuie sur les principes directeurs suivants:

a) autonomie régionale sur la programmation régionale;

b) utilisation des ressources humaines et matérielles des télévisions communautaires par contrats ou ententes;

c) démocratisation par l'élection d'une instance régionale;

d) formation au niveau régional en matière d'utilisation des médias.

(50) Que les Etats généraux populaires sur les communications dénoncent l'intervention de Radio-Québec dans la radiophonie locale et régionale (ex.: à travers CFCQ-FM Trois-Rivières) et critiquent l'appui du ministère des Communications du Québec au projet de Radio-Québec qui se présente comme la seule radio éducative au Québec.

(51) Que le MCQ vise l'élimination de toute production pornographique à la télépayante et ailleurs ainsi que le retrait de tous les fonds publics investis dans ce type de production;

Qu'il organise un débat public sur la nature de la pornographie de façon à ne pas évacuer constamment le vrai débat.

(52) Que le MCQ adopte, sur les nouvelles technologies, une législation pour garantir les droits démocratiques:

a) accès égalitaire aux nouveaux services et banques de données: la création d'une banque de données québécoise (nationale et originale) gérée par une société d'Etat, alimentée à plusieurs sources et accessible à tous; entre autres par l'utilisation du réseau actuel des bibliothèques publiques;

b) protection de la vie privée;

c) protection du droit au travail et reconnaissance du droit à un travail enrichissant.

(53) Que les grandes banques de données nationales constituées grâce à l'initiative de l'Etat, comme Télidon, aient une vocation de service public.

(54) Que le droit du public à l'information s'applique aussi aux banques de données.

(55) Que la politique de tarification des nouveaux services permette un accès plus égalitaire aux nouveaux outils.

(56) Que l'on réclame le maintien du statu quo de l'actuelle réglementation au sujet de l'universalité du service téléphonique de base.

H - L'ACCES AUX OUTILS INFORMATIQUES POUR LES GROUPES

(57) Que soit mis sur pied un groupe technique qui verra à évaluer les besoins en informatique des organismes féministes, populaires et syndicaux (cueillette de données, gestion, documentation, interconnexions entre les groupes). Ce groupe technique pourrait, entre autres, produire un document pour rendre l'informatique accessible aux groupes et également se pencher sur la formation des utilisateurs.

(58) Que les groupes populaires et communautaires se regroupent sur une base régionale ou nationale, pour procéder à une mise en commun:

a) de leurs besoins en ce qui concerne l'informatique;

b) de l'information dont ils disposent à ce sujet (études de faisabilité, renseignements techniques, analyses d'impact, etc.);

c) de leurs revendications face aux politiques gouvernementales.

(59) Que l'on revendique des gouvernements qu'ils tiennent compte des besoins des groupes communautaires et populaires dans l'élaboration des politiques d'informatisation et des programmes d'aide et d'expérimentation qu'ils mettent en place.

(60) Que l'on revendique des gouvernements qu'ils accordent une plus grande importance dans l'élaboration de leurs politiques et programmes, aux impacts sociaux et culturels de l'informatisation de la société.

LISTE DES GROUPES INSCRITS

AUX ETATS GENERAUX

LISTE DES GROUPES INSCRITS AUX ETATS GENERAUX

GROUPES POPULAIRES - DE FEMMES - POLITIQUES

Acef de Granby
Acef de Laval
Acef de Montréal
Avec Rive-Sud
Aide Juridique - Québec
Au bas de l'échelle
Centre l'étape
Centre de formation populaire
Centre populaire de documentation - Montréal
Centre populaire de documentation - Rimouski
Collectif écologie politique
Com'femme Comité social Centre
Comité social Centre-Sud
Conseil populaire des communications de l'Est du Québec
Conseil québécois de la paix
Conseil des usagers des médias de la Sagamie
Fédération des femmes du Québec
Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ)
Festival de création jeunesse
La Maitresse d'école
Mouvement d'éducation populaire et d'action communautaire du Québec (MEPACQ)
Mouvement Action-chômage - Montréal
Mouvement Action-chômage - Pointe-au-Pic
Mouvement des consommateurs handicapés du Québec
Mouvement socialiste
Regroupement féministe contre la pornographie
Regroupement populaire des usagers des moyens de communication de l'Abitibi
Regroupement des ressources alternatives en santé mentale
Sanqi
Solidarité Québec-Amérique Latine
Sommet populaire de Montréal
Sommet populaire de Trois-Rivières
SUCO
Table régionale des groupes populaires de la Mauricie-Bois Francs
Table de regroupement des OVEP - Saguenay

GROUPES DE PRODUCTIONS CULTURELLES

Association des réalisateurs et réalisatrices de films du Québec
Cinéma libre
Les Productions du Lundi matin
Parlimage
Théâtre Parminous
Théâtre de Quartier

MEDIAS POPULAIRES ET COMMUNAUTAIRES

Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec
Droit de parole
La criée
La vie en rose
Le babillard de Rivière des Prairies
Le petit monde (Journal communautaire de ville St-Michel)
Liaison St-Louis
Luttes urbaines
Productions Résistance
Radio Basse-ville
Radio-MF Charlevoix
Télévision communautaire d'Alma
Télévision communautaire Amiante
Télévision communautaire St-Pascal
Vie ouvrière (Revue)
Voix ferrée

SYNDICATS

Alliance des professeurs de Montréal
Association des techniciens de Télé-Métropole
Centrale de l'enseignement du Québec (CEQ)
Confédération des syndicats nationaux (CSN)
Conseil central de Montréal (CSN)
Conseil central de l'Outaouais (CSN)
Conseil central de Shawinigan (CSN)
Conseil syndical - Québec
Conseil du travail de Montréal (FTQ)
Fédération nationale des communications (CSN)
Fédération nationale des enseignantes et enseignants du Québec (CSN)

Fraternité inter-provinciale des ouvriers en électricité (FTQ)
Syndicat canadien de la fonction publique (FTQ)
Syndicat d'entretien CTCUM (CSN)
Syndicat des employés de Pointe St-Charles
Syndicat des employés de production du Québec et de l'Acadie
Syndicat des employés de Radio-Québec
Syndicat des enseignants du Cegep André Laurendeau
Syndicat des enseignantes et enseignants du Cegep Limoilou
Syndicat des enseignants des Laurentides
Syndicat des employés de l'Hôpital Sacré-Coeur
Syndicat des journalistes de Radio-Canada
Syndicat des métallos
Syndicat national des employés de la Voix de l'Est
Syndicat des professeurs Edouard-Montpetit
Syndicat des professeurs du réseau scolaire du Québec
Syndicat des professionnels du gouvernement du Québec (SPGQ)
Syndicat des travailleurs canadiens des communications (FTQ)
Syndicat des travailleurs du CLSC Longueuil ouest
Syndicat des travailleurs du CLSC Pierrefonds
Union des producteurs agricoles (UPA)

DIVERS - ASSOCIATIONS, MEDIAS

Agence Sud-presse
Arteri (journal)
Association nationale des téléspectateurs
Centre St-Pierre
Office des communications sociales
Soleil (Le)

A TITRE DE JOURNALISTE

CIBL-FM
Guide Mont-Royal
La Gazette des femmes (CSF)
Radio-Canada (radio)
Radio-Canada (international)

GOUVERNEMENTAL ET PARA-GOUVERNEMENTAL

CLSC Basse-ville de Québec
Conseil de la culture de l'Estrie (Commission des communications du)

OBSERVATEURS

Bureau d'information juridique de l'Université Laval
Yves Chartrand
Parti Libéral du Canada (Québec) - Service des communications
Pierre Côté
François Demers
Camille Gagnon
Martine Langlois
Hélène Langlois
Charles Larochelle
Jean-Claude Leclerc
Philippe Marx
Normand Nawrocke
Michel Sénécal
OFQJ - Gilles Rioux
Chambre de commerce - M. Vallée

LISTE DES COLLABORATRICES ET DES COLLABORATEURS

Animatrices et animateurs

ROBERT COUILLARD
GUY BRETON
GUY ROCHETTE
MADELEINE DESNOYERS
GUY COUSINEAU
LYNE CHAMBERLAND
FRANCINE SENECAL
LOUIS ROY
PATRICE VEZINA

Personnes-ressources

SOPHIE BISSONNETTE
JACQUES KEABLE
GUY BROUILLETTE
CLAUDE MARTIN
JEAN-PAUL TREPANIER
GAETAN TREMBLAY
PAUL BELANGER
PIERRE RICHARD
MARC RABOY
GERARD METAYER

Collaboratrices et collaborateurs pour le spectacle

MARCEL SIMARD
NORMAND CARON
RENE DORE
ROBERT MORISSETTE
MICHEL MURPHY
JEAN BEAUDRY
JEAN-FRANCOIS HAREL
THEATRE DE CARTON: DIANE CHEVALIER, MARC GENDRON, JACYNTHE POTVIN, MICHEL BRETON
TELEVISION COMMUNAUTAIRE DE LAVAL
ASSOCIATION DES RADIOS COMMUNAUTAIRES: GUY LEPAGE, RICHARD SIROIS
COOP-VIDEO: LINDA CRAIG, JEAN-PIERRE ST-LOUIS
VIDEO-FEMMES: FRANCOISE DUGRE, JOHANNE FOURNIER
FESTIVAL DE CREATION JEUNESSE: CATHERINE BAZIN, DANIEL BÉDARD, YVES BOISVERT, GUY BOULANGER, RENEE-JOHANNE CAMPEAU
COOP DES MUSICIENS DE VERDUN: RICHARD BRAULT
ASSOCIATION DES TECHNICIENS DE TELE-METROPOLE

L'ICEA TIENT À REMERCIER TOUT PARTICULIÈREMENT TOUS CEUX ET CELLES QUI ONT CONTRIBUÉ AU SUCCÈS DE CET EXCELLENT SPECTACLE.

États généraux populaires sur les communications

INSTITUT CANADIEN D'ÉDUCATION DES ADULTES

présente :

le grand happening des communications

animé par :

le Théâtre de Carton

Diane Chevalier
Marc Gendron
Jacynthe Thivierge
et
Michel Breton.

" CEUX QUE L'ON VOIT "

NORMAND CARON	dans le rôle de Normand Caron, président de l'ICEA
PROMO SUR LA TVC	montage sur des émissions types de la TVC, réalisé par la télévision communautaire de Laval
ROCK ET BELLES OREILLES A LA RADIO COMMUNAUTAIRE	avec Guy Lepage et Richard Sirois pour l'Association des radios communautaires
PROFESSEUR CASSEAU	monologue de Robert Morissette du Journal "Le porte-voix" de Chersey, pour l'Association des médias écrits communautaires du Québec
C'EST PAS GRAVE SUZANNE	extrait du film de Guy Arcand, Suzanne Bouilly et Claude de Maisonneuve, distribué par Cinéma Libre
L'INFORMATION C'EST BETE A DIRE	extrait de la pièce du Théâtre Parminous, interprété par Michel Breton, Marc Gendron, Jacynthe Potvin
FAIT DIVERS: ELLE CHANGE SON MARI POUR UNE TV	montage d'extraits du vidéogramme de Linda Craig et Jean-Pierre St-Louis de la Coop-vidéo de Montréal
UNE BONNE JOURNEE	Vidéogramme réalisé par Françoise Dugré et Johanne Fournier de Vidéo-femmes de Québec
LA MARMITE CREATRICE	Une performance du Festival création jeunesse, avec Catherine Bazin, Daniel Bédard, Yves Boisvert, Guy Boulanger, Renée-Johanne Campeau

" CEUX QUE L'ON NE VOIT PAS "

ECLAIRAGE	MICHEL MURPHY
MACHINISTES	JEAN BEAUDRY ET JEAN-FRANCOIS HAREL
PROJECTION	CLAUDE DE MAISONNEUVE
SON	RICHARD BRAULT ET LA COOP DES MUSICIENS DE VERDUN AVEC LA PARTICIPATION SPECIALE DES TECHNICIENS DE TELE-METROPOLE
REGIE	MARCEL SIMARD ET NORMAN THIBAULT
REMERCIEMENTS	Association québécoise du jeune théâtre Prim-Vidéo Service à la collectivité de l'UQAM Confédération des syndicats nationaux Groupe d'intervention vidéo Les productions du Lundi matin TOSHIBA - M. Metcalfe

LA COUVERTURE DE PRESSE

Intituler ce chapitre "Couverture de presse" peut paraître à tout le moins ironique, puisqu'un seul quotidien a dépêché un journaliste pour couvrir les Etats généraux sur les communications: c'est le quotidien de Québec, Le Soleil, qui en a fait un dossier. Tous les médias de Montréal, sans exception, étaient absents de l'événement (radio, télé, journaux).

L'événement en question se déroulait pourtant à Montréal même et ne manquait pas d'à propos: on allait traiter d'information et de communication. On est alors en droit de se demander ce qui peut bien faire courir les journalistes...

On regarde cela de tous les côtés et on donne sa langue au chat: "Avez-vous invité les journalistes?" nous demandaient certaines personnes surprises par l'absence des grands médias aux Etats généraux. Eh bien oui, nous l'avons fait: communiqués annonçant la tenue de l'événement, Telbec, invitation écrite expédiée personnellement à certains journalistes, téléphones, rappel l'avant-veille et la veille des Etats généraux, en un mot le rituel courant, et même un peu plus cette fois.

Le résultat: un article dans le quotidien de Québec. Nous qui nous plaignions auparavant d'être mal ou peu couvert... cette foi, la mesure est comble: aucune couverture de la part des médias de masse montréalais.

Il faudra un jour se pencher sur ce fait que l'on constate de plus en plus dans les milieux syndicaux et populaires: Le Soleil fait plus d'efforts que les autres quotidiens montréalais pour couvrir les réalités populaires et syndicales.[1] C'est d'ailleurs le seul quotidien qui peut se prétendre "national".

---

[1] Une étude de la CEQ sur la couverture de presse du dernier Front commun des syndicats des secteurs public et para-public avait aussi mis en évidence cette constatation.

Devant cette absence totale d'information montréalaise sur la tenue des Etats généraux, Paul Bélanger, directeur général de l'ICEA, a expédié aux quotidiens montréalais un compte rendu de l'événement, priant les directeurs de l'information de bien vouloir publier ce texte dans leurs pages "Tribune libre". Au moment d'écrire ces lignes, Le Devoir, La Presse et le Journal de Montréal l'avaient publié.

Voici donc l'article de Michel Beaulieu du Soleil, le texte de Paul Bélanger et le communiqué final émis à l'issu des Etats généraux.

LE SOLEIL
25 JAN. 1984

Les média parallèles font le point

Finie l'époque de la spontanéité!

Les média dits parallèles ou alternatifs au Québec éprouvent plus que jamais de sérieuses difficultés, tant au niveau de leur financement que de leur gestion et de leur diffusion. Dans un colloque organisé en fin de semaine à Montréal par l'Institut canadien d'éducation des adultes, les artisans de ce réseau d'information parallèle et les représentants des syndicats et des groupes populaires se sont interrogés sur la situation actuelle et les perspectives d'avenir. Notre collaborateur Michel Beaulieu, journaliste pigiste, analyse les résultats de cette rencontre.

par Michel Beaulieu

(collaboration spéciale)

En ces années 1980 nées sous le signe de l'austérité économique et de la révolution technologique, les média dits parallèles ont moins que jamais la vie facile. Ils donnent plutôt l'impression de barques fragiles sur une mer démontée.

Au cours des derniers mois, quatre revues alternatives (Presse libre, Focus au Lac-Saint-Jean, Le Temps fou et tout récemment Luttes urbaines) ont sombré corps et biens. La société de distribution Cinéma libre, créée en 1976, ne survivra pas jusqu'au printemps à moins d'une subvention de dernière minute. Certaines télés et radios communautaires battent de l'aile...

Pourtant, en dépit de leur fragilité, les média parallèles constituent, en puissance, une force considérable. Imaginez un réseau d'information composé de 31 journaux implantés localement, tirant à 300,000 copies et rejoignant quelque 500,000 lecteurs. Ajoutez-y quelque 20 stations de télévision et 16 stations de radio (deux millions d'auditeurs potentiels) et vous aurez une idée de l'importance de ce réseau d'information parallèle.

Dans le cadre des "Etats populaires généraux sur les communications", les membres disparates du réseau alternatif — syndicalistes de tous horizons, rédacteurs colorés de revues alternatives, délégués de groupes populaires et membres des radios et télés communautaires — se sont réunis en fin de semaine dernière à Montréal pour se pencher sur la mer houleuse des communications et dégager des stratégies d'action.

Instigateur de la rencontre, l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), un organisme formé de multiples groupes populaires et syndicaux, s'est engagé, dès sa naissance en 1956, à jouer un rôle de vigilance à l'égard du monde de l'information. Par le biais des Etats généraux de la fin de semaine, l'ICEA voulait amener ce qu'il est convenu d'appeler la gauche québécoise à s'asseoir à la même table, à tracer le bilan des 10 dernières années, à esquisser l'avenir et surtout, peut-être, à créer les bases d'une union porteuse de tous les espoirs, capable de s'opposer à forces égales aux blocs constitués des gouvernements et des média traditionnels. En deux mots, transformer le colosse en puissance en colosse tout court. Et pour commencer, identifier ses faiblesses.

La fin d'une époque

Signe des temps, les participants se sont d'abord attardés longuement à examiner les causes de la disparition brutale des revues alternatives. Les collaborateurs de ces revues se sont livrés à une critique exhaustive de leurs expériences; problèmes de distribution et d'édition, méfiance ou indifférence du milieu porteur, "subventionnite aiguë", amateurisme, excès de démocratie conduisant à la mise en place de structures trop lourdes, faiblesses au niveau de l'administration, de la gestion et de l'orientation, rien n'a été laissé de côté. D'une façon générale, la mort de ces quatre revues marque

Le Temps fou, une autre revue alternative emportée dans le naufrage.

un peu la fin d'une époque, celle de la spontanéité.

Le dernier éditorial de Véronique Dassas dans **Le Temps fou** a été repris sous forme de mea culpa. "La gauche ces dernières années a produit des individus pour qui succès et rentabilité sont des péchés mortels." Un constat qui pourrait être en train de changer. Les débats ont porté sur le financement des média alternatifs, et sans tourner carrément le dos aux subventions — qui en a les moyens? — un consensus s'est nettement dégagé en faveur d'une diversification des sources de financement, d'une recherche de rentabilité et d'une diminution de l'influence gouvernementale.

D'un point de vue pratique, les participants ont envisagé l'organisation de regroupements régionaux des média communautaires, alternatifs et syndicaux, de même que la mise sur pied d'un réseau de distribution parallèle. Le feu vert a été donné à l'ICEA pour réunir les groupes intéressés à développer un médium (possiblement un journal populaire à grand tirage) progressiste-national. Fidèle aux nouvelles résolutions de pragmatisme, on a même identifié une source de financement possible: lors du dernier front commun, CSN, FTQ et CEQ ont dépensé plus de $2 millions en publicité dans les média traditionnels. Le même montant aurait pu financer le journal, sans compter la vente d'une seule copie, pendant deux ans!

Quoique convaincus d'être peu couverts, mal perçus et systématiquement déformés par les média traditionnels, les participants, malgré l'avis contraire de certains, n'ont pas voulu jeter la serviette. De nouveaux efforts, tant du point de vue du contenu et de la forme de l'information transmise que de l'approche des journalistes, seront tentés, mais sans scepticisme cependant. Le Québec compte 10 fois plus de chroniqueurs sportifs que syndicaux (trois au total!). Reflet d'une société?

Du côté du cinéma et de la télévision, les média alternatifs et la population du Québec, même si elle l'ignore, feront bientôt face à une offensive tous azimuts des deux paliers de gouvernement. L'enjeu? La redistribution d'un marché limité imposé par l'irruption de nouvelles technologies, tels les satellites permettant de capter les chaînes américaines et européennes, la télévision payante et les chaînes spécialisées.

Au-delà du travail "sérieux" accompli au cours de la fin de semaine et de la création d'un embryon de "Front alternatif", l'ICEA visait par ces Etats généraux trois objectifs révélateurs de ce que pourrait être la "nouvelle gauche". Paul Bélanger, un des organisateurs du colloque, devait les résumer ainsi: "Se remettre en question, franchir le fossé des générations et faire, pour une fois, un "meeting"... drôle!" Quelles que soient les suites qui seront données aux résolutions, cette partie du programme aura sûrement été atteinte.

INSTITUT CANADIEN
D'EDUCATION
DES ADULTES

506 est, Ste-Catherine
suite 800, Montréal
Québec. 842-2766
H2L 2C7

Montréal, le 30 janvier 1984

LETTRE ADRESSEE AUX QUOTIDIENS: LE DEVOIR, LA PRESSE, LE DROIT,
LE JOURNAL DE MONTREAL

Nous vous faisons parvenir ce rapide compte rendu des Etats généraux sur les communications organisés par l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA) les 21 et 22 janvier derniers à Montréal.

Etant donné que les médias montréalais ont, à l'unanimité, été silencieux sur un tel événement, nous vous demandons de bien vouloir publier ce texte dans vos pages "tribune libre".

En espérant que vous donnerez suite à notre demande, recevez nos salutations,

Paul Bélanger, directeur général

Un enjeu mobilisateur: l'information

PAUL BÉLANGER

Directeur général de l'Institut canadien d'éducation des adultes, le signataire dresse un bilan des États généraux populaires sur les communications.

AU-DELÀ de 250 délégués d'organismes nationaux et provinciaux, représentant un très large éventail des divers milieux progressistes de communication, se rencontraient les 21 et 22 janvier dernier à Montréal, à l'initiative de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA), pour participer à des États généraux populaires sur les communications. On y retrouvait des regroupements d'usagers des communications, des médias communautaires, des magazines et journaux alternatifs, des groupes syndicaux et populaires, l'UPA, les trois centrales syndicales CEQ, FTQ, CSN, des groupes vidéo, cinéma et théâtre alternatifs.

Objectif : faire le point sur leur façon de faire de l'information et s'entendre sur des priorités d'actions et de revendications collectives en matière de communication, et ceia à la lumière des nouvelles politiques de communication des gouvernements fédéral et québécois qui changeront considérablement le décor de l'information du proche avenir.

250 délégués, hommes et femmes, qui se rencontrent pour parler tout spécialement d'information et qui se mobilisent sur des moyens d'action, c'est tout de même un événement en ces temps où l'image que l'on présente des mouvements populaires et syndicaux en est une de démobilisation ! Mais les entreprises de presse (exception faite du *Soleil*) n'ont pas jugé opportun d'affecter des journalistes à la couverture de cet événement, malgré le fait que la majorité des journalistes invités se soient dits fort intéressés à couvrir ces assises.

Les questions qui y furent discutées ne manquaient pourtant pas de pertinence. Qu'on en juge : Quel est l'avenir des médias communautaires ? Pourquoi *Presse-Libre*, *Le Temps fou* et d'autres magazines alternatifs ont-ils disparu ? Comment assurer l'existence d'une presse alternative et d'une presse des productions culturelles québécoises ? Comment les syndicats et les groupes populaires informent-ils leurs membres et la population en général ? Comment avoir accès aux mass-médias ? Quelles ripostes les mouvements populaires et syndicaux ont-il à offrir face aux politiques fédérale et québécoise en matière de communication et de cinéma ?

La donnée majeure qui s'est dégagée de ces journées de délibérations fut non moins opportune : la circulation d'une information autre que celle qui est actuellement véhiculée est une nécessité et toute une série de moyens doivent être mis en œuvre pour y arriver.

Parmi les moyens sur lesquels les participants se sont entendus, mentionnons :

— l'opportunité de créer un journal populaire, critique et à grand tirage. Les délégués se sont à cet égard engagés à mener ce débat dans chacun de leurs organismes respectifs;

— une série de mesures visant le renouvellement des pratiques d'information des syndicats et des groupes populaires;

— la création de réseaux d'information, au double niveau national et régional, reliant les organismes syndicaux, populaires et féministes;

— l'utilisation plus poussée par les centrales syndicales du cinéma, du vidéo et du théâtre comme outils de sensibilisation;

— la formation en région de regroupements populaires autonomes d'intervention en communication, de façon à exercer une surveillance critique des médias, à développer des expertises et des projets communs en vue de luttes éventuelles.

Les participants se sont aussi mis d'accord sur la nécessité que les médias communautaires soient reconnus comme outils indispensables d'information (les 30 médias écrits tirent maintenant à 200,000 exemplaires par mois, alors que les télévisions produisent 200 heures d'émissions originales par mois); à ce sujet, on s'est engagé, entre autres, à promouvoir dans les divers organismes l'idée de les soutenir dans leurs démarches auprès des gouvernements en vue d'obtenir une aide financière convenable.

Suite à la page 10

Des ateliers ont aussi dégagé des consensus sur la nécessité de ripster aux nouvelles politiques de communication des gouvernements fédéral et québécois. Entre autres, on a exigé que les nouvelles orientations de Radio-Canada soient soumises à une consultation populaire, via les audiences du CRTC; on a aussi réclamé que le ministère des Communications du Québec, dans sa future politique, améliore d'abord les services publics existants comme Radio-Québec et les médias communautaires, au lieu d'engouffrer des fonds publics dans la télévision payante.

Voilà qui peut donner un aperçu rapide de ce qui s'est passé lors de ces assises des États généraux sur les communications les 21 et 22 janvier dernier. À partir de maintenant, donc, l'information et les communications deviennent, pour les mouvements populaires et syndicaux, un des principaux enjeux de l'heure. L'idée de créer un journal critique à grand tirage fera désormais son chemin dans chacun des organismes; il en sera de même des autres propositions adoptées.

Cette vaste alliance entre les différents milieux progressistes de communication est le premier résultat concret de la tenue de ces États généraux. D'autres vont suivre. Nous souhaitons que les médias prêtent une oreille attentive à cette évolution.

Devoir, 9 février 84

L'information : enjeu mobilisateur

Au delà de 300 délégués d'organismes nationaux et provinciaux représentant un très large éventail des divers milieux progressistes de communication se rencontraient les 21 et 22 janvier derniers à Montréal à l'initiative de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA) pour participer à des états généraux populaires sur les communications. On y retrouvait des regroupements d'usagers des communications, des médias communautaires, des magazines et journaux alternatifs, des groupes syndicaux et populaires, l'UPA, les trois centrales syndicales CEQ, FTQ, CSN, des groupes vidéo, cinéma et théâtre alternatifs.

Objectif : faire le point sur leur façon de faire de l'information et s'entendre sur des priorités d'actions et de revendications collectives en matière de communication, et cela à la lumière des nouvelles politiques de communication des gouvernements fédéral et québécois qui changeront considérablement le décor de l'information du proche avenir.

Deux cent soixante délégués qui se rencontrent pour parler tout spécialement d'information et qui se mobilisent sur des moyens d'action en ce domaine, c'est tout de même un événement, en ces temps où l'image qui est véhiculée sur le mouvement populaire et syndical est la démobilisation! Mais les entreprises de presse (exception faite du Soleil) n'ont pas jugé opportun d'affecter des journalistes à la couverture de cet événement, malgré le fait que la majorité des journalistes invités se soient dits fort intéressés à couvrir ces assises.

Les questions qui y furent discutées ne manquaient pourtant pas de pertinence. Qu'on en juge. Quel est l'avenir des médias communautaires? Pourquoi *Presse-Libre*, *Le Temps fou* et d'autres magazines alternatifs sont-ils disparus? Comment assurer l'existence d'une presse alternative et celle des productions culturelles québécoises? Comment les syndicats et les groupes populaires informent-ils leurs membres et la population en général? Comment avoir accès aux massmedias? Quelles ripostes le mouvement populaire et syndical a-t-il à offrir face aux politiques fédérale et québécoise de communication et du cinéma?

La donnée majeure qui s'est dégagée de ces journées de délibérations était non moins importante. La création d'une information autre que celle qui est actuellement véhiculée est une nécessité et toute une série de moyens doivent être mis en oeuvre pour y arriver.

Parmi les moyens sur lesquels les participants se sont entendus, mentionnons :

- l'opportunité de créer un journal populaire, critique et à grand tirage; les délégués se sont à cet égard engagés à mener ce débat dans chacun de leur organisme;
- une série de mesures visant le renouvellement des pratiques d'information des syndicats et des groupes populaires;
- la création de réseaux d'information, au double niveau national et régional, reliant les organismes syndicaux, populaires et féministes;
- l'utilisation plus poussée par les centrales syndicales du cinéma, du vidéo, et du théâtre comme outils de sensibilisation;
- la formation en région de regroupements populaires autonomes d'intervention en communication, de façon à exercer une surveillance critique des médias, à développer des expertises et des projets communs en vue de luttes éventuelles.

Les participants se sont aussi mis d'accord sur la nécessité que les médias communautaires soient reconnus comme outils indispensables d'information (les 30 médias écrits diffusent maintenant mensuellement 200,000 copies alors que les télévisions produisent en heures d'émissions originales plu[illegible] mois); à ce sujet, on s'est engagé, entre autres, à promouvoir dans les divers organismes l'idée de les soutenir dans leurs démarches auprès des gouvernements en vue d'obtenir un financement adéquat.

Des ateliers ont aussi dégagé des consensus sur la nécessité de riposter aux nouvelles politiques de communication des gouvernements fédéral et québécois. Entre autres, on a exigé que les nouvelles orientations de Radio-Canada soient soumises à une consultation populaire, par le biais des audiences du CRTC, on a aussi réclamé que le ministère des Communications du Québec, dans sa future politique, améliore d'abord les services publics existants comme Radio-Québec et les médias communautaires, au lieu d'engouffrer des fonds publics dans la télévision payante.

Voilà qui peut donner un aperçu rapide de ce qui s'est passé lors de ces assises des états généraux sur les communications des 21 et 22 janvier derniers. À partir de maintenant donc, l'information et les communications deviennent, pour le mouvement populaire et syndical, un des principaux enjeux de l'heure. L'idée de créer un journal critique à grand tirage fera désormais son chemin dans chacun des organismes; il en sera de même des autres propositions adoptées.

Cette alliance large entre les différents milieux progressistes de communication est le premier résultat concret de la tenue des états généraux. D'autres sont à suivre. Nous souhaitons que les médias prêtent une oreille attentive à cette évolution.

Paul BELANGER
directeur général de
l'Institut canadien
d'éducation des adultes

NDLR — LA PRESSE a dépêché un journaliste à cette réunion mais, appelé d'urgence sur les lieux d'un sinistre, il n'a pu rendre compte des conclusions. Merci de nous les transmettre.

INSTITUT CANADIEN
D'EDUCATION
DES ADULTES

506 est, Ste-Catherine
suite 800, Montréal
Québec. 842-2766
H2L 2C7

COMMUNIQUE - POUR PUBLICATION IMMEDIATE

Montréal, 22 janvier 1984

ETATS GENERAUX SUR LES COMMUNICATIONS

Pour une information autre

L'idée de lancer un débat sur la création d'un nouveau journal populaire, critique et à grand tirage a franchi une étape importante au cours de la fin de semaine: groupes populaires et syndicaux seront incités à débattre, au cours des prochains mois, de la pertinence d'un tel projet "tant au plan idéologique et du contenu que du financement".

Tel est l'engagement qu'ont pris les participant-e-s dimanche dernier à l'assemblée plénière de clôture des Etats généraux populaires sur les communications, qui s'étaient ouverts la veille.

Plus de 260 délégué-e-s d'organismes nationaux et régionaux, réunis à Montréal à l'initiative de l'Institut canadien d'éducation des adultes (ICEA) et représentant des groupes populaires et syndicaux, des regroupements d'usagers des médias, des groupes de femmes, de l'UPA, des trois centrales syndicales (CEQ, FTQ, CSN), des médias communautaires et alternatifs, des artistes du cinéma et du théâtre alternatifs, ont participé aux débats de ces Etats généraux.

L'objectif central de ces assises était d'en arriver à proposer des priorités en matière de communication, tant en termes d'actions que de revendications.

Une donnée majeure se dégage de ces deux jours de délibérations: la circulation d'une information autre est une nécessité et toute une série de moyens doivent être mis en oeuvre pour y arriver.

A cet égard, les participant-e-s se sont penchés sur leur façon d'informer leurs membres et sur celle d'informer la population en général.

Parmi la gamme des moyens proposés, mentionnons:

- le développement de réseaux d'information, au double niveau national et régional, reliant les organismes syndicaux, populaires et féministes;
- le renouvellement des pratiques d'information internes des groupes;
- l'utilisation plus poussée du cinéma, du vidéo et du théâtre comme outil de sensibilisation;
- l'accès aux grands médias par tous les moyens, entre autres en exigeant l'augmentation du nombre de chroniqueurs affectés à la couverture des réalités syndicales et populaires.

Les participant-e-s aux Etats généraux se sont aussi mis d'accord sur la nécessité que les médias communautaires soient reconnus comme outils d'information indispensables; à ce sujet, on s'est engagé, entre autres, à promouvoir, dans les divers organismes, l'idée de les soutenir dans leurs démarches auprès des gouvernements en vue d'obtenir un financement adéquat.

Des ateliers ont aussi dégagé d'autres concensus sur la nécessité de riposter aux politiques fédérale et québécoise de communication. Ces résolutions n'ayant pu, faute de temps, être débattues en plénière, les participant-e-s se sont néanmoins entendus pour inciter leurs organismes à en débattre.

Créer une alliance large entre les divers milieux progressistes de communication sur des priorités d'actions et de revendications pour les années à venir, voilà le premier résultat concret de la tenue de ces Etats généraux populaires sur les communications. Des débats à suivre. Une participante disait: "Si la parole ça s'prend, l'information ça s'apprend!"

A N N E X E S

- COMMUNICATIONS 1979-1984: RAPPEL DES EVENEMENTS (DOCUMENT DE TRAVAIL)

- BILANS D'EXPERIENCES D'INFORMATION

OUTIL DE REFLEXION A L'INTENTION DES GROUPES PARTICIPANT AUX ETATS GENERAUX SUR LES COMMUNICATIONS

CE DOCUMENT EST DESTINE A ALIMENTER LA REFLEXION DES GROUPES DANS LEUR DEMARCHE VISANT A IDENTIFIER LES PRINCIPALES PISTES DE SOLUTIONS, DE REVENDICATIONS ET D'ACTIONS POUR LES PROCHAINES ANNEES, DEMARCHE QUI CONSTITUE L'OBJECTIF DES ETATS GENERAUX SUR LES COMMUNICATIONS. NOUS ESPERONS QUE CE DOCUMENT SAURA REPONDRE A VOS ATTENTES. IL COMPREND QUATRE VOLETS:

1) Un survol de l'évolution de l'information depuis le colloque "La parole, ça se prend" en 1979. Plus précisément, un survol de:

   a - l'évolution des pratiques d'information dans les organisations populaires et syndicales;

   b - l'évolution des médias alternatifs;

   c - la croissance des médias communautaires;

   d - l'évolution des médias de masse.

2) Les principaux enjeux posés par les politiques de communications (fédérale et québécoise) dans le contexte "télématique".

3) Quelques grandes questions soulevées par l'évolution actuelle de l'information dans nos groupes, dans les médias alternatifs, communautaires et les médias de masse.

4) Une synthèse des principales revendications syndicales et populaires avancées jusqu'à maintenant dans le champ des communications.

novembre 1983

I - SURVOL DE L'EVOLUTION DE L'INFORMATION

A) L'EVOLUTION DES PRATIQUES D'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS POPULAIRES ET SYNDICALES

L'information, comme l'a souligné le colloque sur l'information syndicale organisé par la FTQ au printemps dernier, ce n'est pas d'abord écrire dans un journal; c'est surtout l'échange et la communication directe entre les personnes, communication qui demande à être organisée et structurée. A ce titre, un des progrès les plus marquants des dernières années est certainement la formation de regroupements, d'une part de groupes populaires sur une base régionale (OVEP) et sur une base nationale (MEPACQ) et, d'autre part, de groupes populaires et syndicaux comme le Sommet populaire de Montréal, celui de Trois-Rivières, et le Comité intersyndical et populaire de Drummondville. Ces lieux de concertation et d'échanges d'informations ont aussi donné lieu à la création de bulletins de liaison afin de multiplier l'impact de ces échanges et de concrétiser l'expérience de la solidarité.

Des moyens pour se parler...

Ainsi, par le bulletin de liaison du MEPACQ, "L'Ardoise", on peut rejoindre la majorité des groupes populaires du Québec pour les informer des projets et des activités susceptibles de les intéresser. Dans la région de Montréal, le bulletin du Sommet populaire joue le même rôle. On peut imaginer (ou rêver à) ce que de tels réseaux pourraient devenir grâce à l'informatique. Interconnectés les uns aux autres dans un réseau télématique, on pourrait directement et instantanément se communiquer les informations dont on a besoin pour les activités courantes.

et pour parler à la population

Si on a développé une plus grande capacité à se parler entre nous, on semble cependant moins porté à s'adresser à la population en général, exception faite ici des groupes de femmes qui sont de plus en plus présents sur la place publique. Nous devons donc, dans un contexte de virage technologique, qui prend plutôt l'allure d'un virage à droite, en analyser les raisons et les conséquences, et tirer à cet égard des leçons de la lutte des femmes.

Par exemple, les médias de masse sont-ils plus fermés que jamais à notre point de vue, ou bien avons-nous été à ce point dépassés par la crise économique, que nous n'avons pas été en mesure de répliquer aux attaques multipliées des gouvernements et du patronat? Aux niveaux local et régional, le problème est certainement moins accentué qu'au niveau national, car les médias communautaires sont là pour faire écho à nos préoccupations. On peut se demander aussi, très directement, si les groupes populaires sont actuellement organisés pour intervenir au plan national, et s'il y a une volonté d'occuper cet espace pour y prendre la parole?

Dans les syndicats

La prise de conscience de l'importance de l'information a beaucoup progressé dans les syndicats, entre autres en raison de l'image négative que les médias projettent de plus en plus à leur sujet. Ne pouvant compter sur les médias de masse pour faire passer l'information syndicale, on a dû se doter de moyens plus efficaces pour rejoindre les membres.

Les journaux syndicaux se multiplient

Le journal de la CSN est un exemple assez frappant en ce sens. "Nouvelles CSN" paraît, en effet, depuis plus de 2 ans à toutes les semaines (depuis peu, aux deux semaines) et rejoint tous les syndicats. L'information n'est plus une activité spontanée; elle s'inscrit dans une stratégie plus concertée: on a multiplié, par exemple, les sessions de formation et suscité la création de journaux syndicaux. Ces efforts commencent à porter fruit; au printemps dernier, 340 militantes et militants ont participé au colloque de la FTQ sur l'information syndicale. On y a constaté que l'information, ça n'allait pas nécessairement de soi, comme le disait le thème du colloque "Informer c'est agir"; cette action demande d'être bien préparée et ce, tant au niveau de l'information interne qu'externe.

A la CEQ, ça saute aux yeux que l'information est devenue une priorité: en plus d'un bulletin interne d'information, "Nouvelles CEQ", qui paraît aux 3 semaines et qui est expédié à tous les membres, la CEQ finance un magazine à plus large diffusion, dont l'objectif est d'établir une jonction permanente entre les syndicats et les groupes populaires. Il faut rappeler, aussi, l'effort financier con-

sidérable déployé par la CEQ et la CSN, lors du dernier conflit de travail dans le secteur public, pour expliquer à la population le bien fondé de leurs revendications. Enfin, une des réalisations les plus dignes de mention est certainement le journal de l'UPA "La Terre de chez-nous". Cet hebdomadaire qui rejoint 50,000 abonné-e-s a une très forte crédibilité dans le milieu agricole.

Les médias de masse: un mur

Par ailleurs, quelles que soient les énergies qu'on puisse consacrer à la préparation de l'information syndicale destinée au grand public, il semble que le mur des médias de masse soit de plus en plus infranchissable. Ceux-ci ont à l'égard des faits et gestes du patronat et du gouvernement une oreille favorable qui se referme dès qu'il est question de revendications populaires et syndicales. La stratégie d'information du gouvernement du PQ lors du dernier Front commun, que le journaliste Normand Girard a rendue publique en mai '82 était assez explicite sous ce rapport. Ce plan avait pour but de "contrecarrer la crédibilité syndicale" et, pour ce faire, le 3e élément de la stratégie prévoyait "l'exploitation de la "réceptivité des médias et des diverses tribunes offertes"."

Examinons nos lacunes

Il ne faut cependant pas tout remettre sur le dos des médias traditionnels; les stratégies d'information syndicales sont peut-être aussi à remettre en question. Le langage militant qui peut être efficace pour la mobilisation interne, ne convient pas toujours lorsque l'on s'adresse à la population. Les syndicats ont aussi tendance à diffuser de l'information uniquement sur les conflits, alors que des dossiers majeurs, touchant des problèmes vécus et par leurs membres et par des gens autres que syndiqués, auraient intérêt à être davantage connus.

Alors que nous possédons de plus en plus d'outils pour mieux comprendre l'information dans les grands médias, il faudrait peut-être maintenant regarder de plus près nos lacunes dans notre façon de fournir l'information.

B) L'EVOLUTION DES MEDIAS ALTERNATIFS

Les médias alternatifs, ceux qui n'ont pas de statut de "communautaires", sont en train actuellement de disparaître aussi rapidement qu'ils sont nés ces dernières années. Presse libre, une des publications les plus récentes, a donné le signal; ensuite, ce fut le tour de Focus au Lac St-Jean, celui du Temps fou, et enfin de Luttes urbaines. La Vie en rose se maintient, mais il semble que les difficultés financières soient de plus en plus lourdes à supporter.

Le manque de moyens financiers constitue certes le principal facteur qui a empêché que ces publications puissent prendre véritablement leur envol. C'est le cercle vicieux bien connu: on n'a pas les moyens de se payer des journalistes à plein temps et de présenter le contenu dans un emballage intéressant, la clientèle, au lieu d'augmenter, diminue, et les moyens avec. Le magazine CEQ, avec sa nouvelle formule et son nouveau nom "Mouvements", occupe désormais un terrain pratiquement vide; il en tirera sûrement profit et leçons, d'autant plus que ce magazine a les moyens de vivre et de continuer à s'améliorer.

Les conditions de survie

Ce manque de sous n'explique cependant pas tout; il y a d'autres raisons, qui tiennent au style et au fonctionnement de ces médias. Presse libre dans son bilan[1] constate que leur méconnaissance et leur inexpérience au plan journalistique a été un facteur important de leur insuccès auprès du public. Selon Véronique Dassas du Temps fou "Le grand drame de la presse alternative, c'est de ne pas être là au petit matin, vitale, entre la rôtie et la première gorgée de café... L'envers de la médaille c'est que nous ne sommes que le reflet de nous-mêmes et de nos petits milieux". Et elle ajoutait "Dépasser nos propres conformismes n'est pas facile, c'est pourtant certainement une des conditions de survie".

---

1 Bilan de Presse-libre présenté par le CA de la Société populaire d'information du Québec à l'Assemblée générale du 5 février 1982.

Enfin, un autre piège dans lequel les médias alternatifs sont tombés, et qui, semble-t-il, est le lot de tous les groupes populaires, est celui de minimiser la dimension gestion et publicité, alors que l'on se dote de structures de fonctionnement et de participation très lourdes, canalisant le gros des énergies. Dans l'éditorial du dernier Temps fou, Véronique Dassas est très explicite à ce sujet: "La gauche, ces dernières années, a produit des individus pour qui le succès et la rentabilité sont des péchés mortels. La gauche a aussi produit des groupes inertes par excès de démocratie. Réunions de planification, d'orientation, réunions de permanence de rédaction, réunions sur les finances, la publicité, etc..."

Des projets de relance

Malgré toutes ces difficultés, ces expériences comportent des acquis importants, et ces essais et erreurs nous conduiront peut-être un jour à trouver la ou les formules gagnantes; d'ailleurs, la majorité de ces publications préparent actuellement des projets de relance. Fort de l'expérience acquise, on pense être en mesure de mettre sur pied des publications viables, étant donné qu'on ne répétera plus les erreurs passées. Il ne faudra cependant pas oublier une des données importantes du problème soulignée par Luttes urbaines, dans l'éditorial-bilan de son dernier numéro: "Toutes ces revues se sont segmentées un marché réduit et n'ont pas réussi à le faire augmenter. Il n'y a qu'un faible pourcentage des Québécois qui lisent des revues et ce pourcentage se réduit quand on parle de revues de gauche. On peut donc souhaiter longue vie à ceux et celles qui ont encore les moyens de continuer".

C) LA CROISSANCE DES MEDIAS COMMUNAUTAIRES

La réputation du Québec dans le domaine des médias communautaires n'est plus à faire. Le 1er colloque mondial des radios communautaires, qui s'est tenu à Montréal cet été, consacrait d'ailleurs cette réputation. Les radios et les médias écrits communautaires ont connu, depuis les dernières années une expansion considérable. Les TVC après avoir connu des difficultés de croissance, semblent depuis 2 ans avoir repris un second souffle. En effet, les 18 TVC produisent avec des moyens réduits plus de 200 heures par mois d'émissions originales.

On dénombre actuellement 30 journaux communautaires répartis dans toutes les régions du Québec. Selon un rapport présenté au dernier colloque de l'Association qui regroupe ces médias, l'AMECQ, "Cette presse a diffusé en '82 près 200,000 copies mensuellement". A Montréal, Liaison St-Louis distribue 35,000 copies et La Criée 23,000. Ces derniers traversent toutefois actuellement une période cruciale de leur histoire, car ils s'engagent dans une bataille contre les grands magnats de la presse. En effet, Québécor et Unimédia sont en train actuellement de s'emparer de tout le marché de la presse hebdomadaire régionale. Pour se maintenir, Liaison St-Louis va devoir devenir bi-mensuel et la Criée, hebdomadaire. Cette détermination mérite toute notre admiration.

200,000 copies par mois

Dans le secteur communautaire, c'est toutefois la radio qui a le plus le vent dans les voiles. Les radios communautaires reçoivent le gros des subventions gouvernementales, et leur pertinence, au plan régional et local, se confirme d'année en année. On compte actuellement 22 stations, dont six en phase d'implantation.

Ces trois types de médias sont regroupés en 3 associations distinctes qui, grâce au dynamisme et aux nombreux services qu'elles offrent, contribuent de façon importante au développement de ce réseau communautaire. Sur le terrain local et régional, on peut donc dire que les médias communautaires représentent une alternative réelle aux médias privés commerciaux.

Leur évolution, cependant, comporte un certain nombre d'ambiguïtés. Il s'agit d'abord de projets assez hétérogènes; dans certaines régions, la radio communautaire ne tranche pas tellement sur la radio commerciale, alors que d'autres radios peuvent être qualifiées de radios engagées et de combat.

Une nouvelle donnée: publicité

La publicité par ailleurs semble prendre de plus en plus d'importance, ce qui comporte toujours certains risques d'influencer le contenu. On s'étonne aussi de constater un certain manque de distance critique, de la part des associations, vis-à-vis les bailleurs de fonds

gouvernementaux; et que dire de notre étonnement quand les médias communautaires ont affirmé, au Sommet des Communications du MCQ, leur volonté d'être considérés comme des entreprises privées! Cette nouvelle orientation va certes susciter des débats importants, car elle peut constituer une certaine menace en regard des objectifs sociaux et communautaires de départ.

D) L'EVOLUTION DES MEDIAS DE MASSE

L'évolution des médias de masse, depuis trois ans, mérite toute notre attention, et à plus d'un titre.

Elle révèle non seulement un bilan bien sombre au niveau du pluralisme des idées et de l'information diversifiée mais aussi au plan de notre incapacité à faire changer le cours des choses qui se dessinait déjà en 1979, soit au moment du colloque "La parole, ça se prend".

En effet, le diagnostic posé, à ce moment-là, à l'endroit des médias de masse s'est non seulement vérifié, mais nous devons nous rendre à l'évidence que nos actions et notre plate-forme de revendications n'ont, dans les faits, influencé en rien la tendance à la concentration de l'information qui se dessinait alors.

Une concentration accrue...

Qui plus est, la révolution informatique est même venue asseoir, et par là renforcer cette tendance qui nous est maintenant présentée comme un-changement-inéluctable-des-sociétés, comparable à la venue de l'électricité ou à l'installation des aqueducs ou des égoûts collectifs: qui peut être contre cela?

La concentration de l'information se définit maintenant comme étant inscrite dans la nature des choses, comme la dérive des continents, pourrait-on dire. Voyons donc, à gros traits quelle fut cette évolution.

La concentration de tous les médias s'est accrue, que ce soit au niveau de la presse quotidienne, au niveau des hebdos ou de la radio.

...fait objet d'enquête...

La décennie 1980 s'est même ouverte sur cette question: deux empires de presse, au Canada anglais, furent accusés d'avoir conspiré pour éliminer la concurrence, ce qui donna lieu à la Commission Kent.

Elle reprit à son compte le verdict implacable posé, dix ans plus tôt, sur le même sujet, par la Commission Davey: "Nous sommes au regret de constater que, dans la plupart des cas, les journaux exploitent leur milieu au maximum et lui donne le moins possible en retour. C'est ce qu'on appelle, dans la langue contemporaine, un "rip-off", en quelque sorte, une saignée à blanc".

Et la Commission Kent d'ajouter, forte de l'expérience de dix années de concentration: "Les conglomérats industriels produisent de mauvais journaux: c'est une règle d'application générale". (p. 194)

Les représentations des divers groupes syndicaux, populaires et professionnels onteu beau entonner en ce sens, rien n'y fit.

...pour refleurir de plus bel

Rien, absolument rien, de tout cela ne fut retenu dans l'avant-projet de loi fédéral sur la presse qui fut rendu public au début de l'été '83. Les concentrations actuelles demeureront intactes. Bien plus, tout ce remue-ménage n'empêcha pas Unimédia d'acquérir le journal Le Droit en douce.

La presse quotidienne francophone est donc maintenant concentrée à 96%. Ne reste plus que le fragile Devoir dont l'existence est, en ce moment plus que jamais, menacée.

Même évolution au niveau des hebdos: ils sont l'objet d'une invasion des grandes chaînes de quotidiens, notamment Québécor et Unimédia. Même phénomène aussi au plan de la radio privée. Depuis 1980, nous avons assisté à la concentration des stations entre les mains de deux réseaux privés: Télémédia et Radio-Mutuel.

Cette concentration de la propriété a amené évidemment une concentration de l'information. Cela a eu au moins deux effets visibles: la réduction du nombre de sources de nouvelles et l'uniformisation de l'information d'un bout à l'autre du Québec.

La réduction des sources de nouvelles a entraîné, de la part des propriétaires d'hebdos ou de radios concentrés, la volonté de réduire le nombre des artisans de l'information.

A ce chapitre, les luttes syndicales dans les postes de radio et dans les hebdos sont à mentionner: on y lutte presque invariablement pour le plancher d'emplois et pour des salaires décents, deux conditions sans lesquelles une qualité minimale d'information est impossible. Mais les luttes sont de plus en plus longues et dures.

Le deuxième effet de la concentration de l'information a été l'uniformisation de cette information.

Toutes les nouvelles se ressemblent

De plus en plus, toutes les nouvelles se ressemblent: l'expression des points de vue autres que ceux des divers pouvoirs se rétrécit comme une peau de chagrin, et le droit à une information diversifiée et pluraliste existe de moins en moins.

Devant cette offensive contre l'expression des points de vue critiques, des initiatives syndicales et populaires ont été importantes. Mentionnons les grèves au Devoir et à Radio-Canada en 1981 pour revendiquer entre autres la défense du droit à l'information contre l'arbitraire patronal et la censure.

Au moment de ces deux grèves, soit le 1er mai 1981, le Groupe de travail sur les communications de l'ICEA lançait un "Spécial Québec-Presse", en collaboration avec les journalistes de l'ancienne équipe de ce journal, à l'intérieur duquel on retrouvait, en plus d'informations inédites et censurées ailleurs, un bilan de cet hebdomadaire critique. Le but était de lancer le débat sur la nécessité d'un journal critique à grand tirage. Les ventes, qui connurent un très grand succès, indiquaient qu'une presse qui interpelle les pouvoirs correspond à un besoin pressant.

Des initiatives intéressantes

Devant l'image négative qu'offrent les médias des réalités syndicales, populaires et féminines, d'autres initiatives importantes sont à souligner ces dernières années.

En octobre 1981, 800 personnes, en majorité des femmes, répondaient à l'appel de la FPJQ: des lectrices, des journalistes, des militantes féministes se sont rencontrées et ont dit ce qu'elles pensaient de l'information sur les femmes dans les mass-médias, et les femmes journalistes, à leur tour, ont exposé leurs expériences dans ce métier.

Au chapitre de l'image négative des syndicats véhiculée par les médias, certains événements ont fait "déborder le vase": la grève à la CTCUM en janvier 1982 et les dernières négociations du Front commun des secteurs publics et parapublics. Deux études de couverture de presse de ces événements furent publiées. L'une par l'ICEA, sur la grève des transports en commun de Montréal, et l'autre par la CEQ. Elles reçurent, de la part des éditorialistes des quotidiens montréalais un accueil quasi hystérique et les questions posées par ces études ne furent hélas pas reprises par les journalistes.

L'évolution des communications de masse depuis trois ans a aussi été marquée par l'extension de nouveaux services de la télévision, extension qui va de pair avec le développement de la télématique. La télévision payante, les canaux spécialisés, les vidéo-cassettes sont les nouveaux champs de la télévision.

Télépayante et porno

La télévision payante, à laquelle la majorité des groupes populaires et syndicaux s'opposaient en 1979, parce qu'elle ne correspondait à aucun besoin, a bel et bien fait son entrée sur le marché avec, tel que prévu ses productions pornographiques.

Des représentations d'organisations syndicales et populaires, demandant un moratoire sur toute cette question de la télépayante, n'eurent aucun succès. En ce moment, le gouvernement du Québec s'apprête même à investir des sommes colossales dans ces compagnies qui frisent la faillite.

Et pendant ce temps, la qualité de l'information à la télévision publique se détériore. Les informations ont été réduites. Pour produire ½ heure d'entrevues nouvelles à chaque soir, Radio-Canada a coupé toutes les émissions d'affaires publiques et a réduit à 10 minutes par jour les informations régionales de Montréal, la métropole francophone d'Amérique. Radio-Canada justifie donc les téléspectateurs à tourner le bouton aux réseaux anglais ou à Télémétropole, un poste qui fonctionne depuis un an (au 8 novembre) avec des techniciens scabs...

Quant à Radio-Québec, elle s'est, au cours des trois dernières années, régionalisée, atteignant pratiquement tous les coins du Québec. C'est un point capital pour l'accès des collectivités locales aux moyens de productions et de diffusion.

A ce chapitre, il faut mentionner la série sur l'histoire des "travaillants" produite par Radio-Québec et initiée par le Groupe de travail sur les communications de l'ICEA, en collaboration avec la CSN, la CEQ, la Ligue des droits et libertés et les services d'éducation permanente de l'Université de Montréal et l'UQAM.

Radio-Québec en péril?

Toutefois, les dernières déclarations du ministre Bertrand remettent en cause ces acquis: Radio-Québec aurait, dit-il, laissé tomber ses cotes d'écoute au profit de la régionalisation... Selon lui, cette boîte pourrait fonctionner avec la moitié moins de monde! Il déclare cela à la toute veille des négociations des employé-e-s...

Au total, l'information dans les médias de masse au Québec fait pitié. Le Devoir s'amincit et sa survie semble sérieusement menacée. Radio-Canada réduit et son personnel et son information, tandis que Télémétropole, boycotté de toute part, fonctionne depuis un an avec des techniciens scabs. Restent, à Montréal, La Presse et Le Journal de Montréal qui se concurrencent de plus en plus sur le terrain du sensationnalisme...

Certains sont à cet égard portés à blâmer les journalistes de la piètre qualité de l'information. Nous pensons plutôt, à l'instar de la Commission Kent, que "les conglomérats industriels produisent de mauvais journaux: c'est une règle d'application générale".

Devant le déséquilibre de plus en plus marqué de l'information et l'absence de contenu critique dans les médias qui rejoignent le grand public, le Groupe de travail sur les communications de l'ICEA poursuit sa démarche en vue d'en arriver à lancer un débat dans les divers organismes syndicaux et populaires sur un journal populaire, critique, à grand tirage, qui ferait contrepoids au discours dominant.

2 - LES PRINCIPAUX ENJEUX POSES PAR LES POLITIQUES NATIONALES DE COMMUNICATIONS DANS UN CONTEXTE "TELEMATIQUE".

Une remarque de départ: les nouvelles politiques en matière de communication effacent tout un passé de revendications et laissent intacts les problèmes déjà décelés dans ce domaine. On repart à zéro, disent les gouvernements. l'informatique, ce semble être le déluge. On fait table-rase des objectifs socio-culturels qui présidaient auparavant au développement des politiques de communications au profit d'un avenir aux couleurs de la privatisation, de la désyndicalisation et de la déréglementation.

A) LES ENJEUX EN MATIERE DE TELEDIFFUSION

L'enjeu capital que pose l'arrivée des nouvelles technologies dans le domaine de la télédiffusion est le suivant: c'est le démantèlement des services publics de communication, des services gratuits accessibles à tous, au profit des programmations spécialisées, payantes, pornographiques et étrangères. C'est la consécration de l'élargissement des inégalités face au savoir, à la formation, au divertissement et à la culture en général. C'est l'élargissement des inégalités promu au rang de politiques et de lois.

La télé: une industrie comme une autre

Les politiques nationales de communication du fédéral et du Québec considèrent désormais la télévision comme une industrie, une industrie comme les autres, peu importe la nature et la qualité des contenus véhiculés. Les préoccupations sont désormais les suivantes: comment devenir concurrentiel et occuper tous les nouveaux champs et services de la télévision (télépayante, canaux spécialisés, vidéocassettes) et comment développer les marchés d'exportation dans le domaine des productions audio-visuelles.

Les lois de la concurrence et du profit deviennent soudainement les meilleures garanties de qualité, alors même que toute l'histoire de la télévision commerciale au Canada démontre le contraire.

De grands enjeux

D'autres enjeux sont à mentionner:

o la qualité des contenus se détériorera encore davantage avec la prolifération de nouveaux services. L'évolution actuelle de la télépayante est un indice révélateur à ce sujet: au lieu d'investir dans la production canadienne de qualité, les compagnies ont attiré la clientèle avec la porno.

o la pornographie, dure ou douce, compromet certains acquis de la lutte des femmes, de même que les campagnes publiques d'éducation en vue de changer les rapports d'inégalités entre les femmes et les hommes et d'éliminer les stéréotypes sexistes des contenus de formation et d'information à l'école et dans les médias.

o la télépayante entraînera une diminution de la qualité et de la quantité des programmations offertes par la télévision publique.

o la déréglementation (le gouvernement du Québec est en train d'enlever pratiquement tous les pouvoirs de la Régie des services publics) permettra aux compagnies de communication de dire et de faire n'importe quoi sur les ondes, au mépris des droits fondamentaux inscrits dans la Charte des droits et libertés de la personne, comme le droit à l'information, le droit à l'intégrité de sa personne, etc...

La déréglementation touche aussi les "transporteurs" de signaux, les compagnies de téléphone. A ce sujet, plusieurs prévoient que la déréglementation menacera l'universalité du service téléphonique; la tarification à l'usage est dans l'air et l'idée fait son chemin.

La déréglementation comporte aussi des effets directs sur l'emploi: la libéralisation du raccordement de matériel terminal (le fait de pouvoir acheter un appareil ailleurs que chez Bell ou Québec-Téléphone) a incité les client-e-s à se procurer des appareils fabriqués à l'étranger, ce qui a entraîné des mises-à-pied considérables dans les secteurs de la fabrication et de la réparation des appareils.

Si la tendance à la déréglementation s'accentue, de nombreuses autres mises à pied sont à prévoir.

o la multiplication des canaux spécialisés et des nouveaux services seront accessibles moyennant paiement. Ils ne profiteront donc qu'à la proportion de la population qui pourra se les payer. C'est donc dire que l'accès à l'information, au divertissement et à la culture dépendra de la fortune des gens. En d'autres termes, les publics seront fragmentés en fonction de la richesse ou de la pauvreté de la population.

Nous pouvons déjà assister à ces effets depuis la mise en ondes de la nouvelle formule d'information à Radio-Canada. Quant à Radio-Québec, les dernières déclarations de Jean-François Bertrand ne laissent présager rien de bon quant à son avenir. Là aussi, il se prépare à modifier sa loi "à la lumière du contexte des années '80". Le modèle de Radio-Québec est remis en question par le ministre, de même que son personnel, sa régionalisation, l'existence de la publicité. L'homme des coupures du MEQ, Jacques Girard, arrive à point nommé à la présidence de Radio-Québec... à la toute veille des négociations avec son syndicat général...

Une désyndicalisation progressive

Autre enjeu posé par l'actuelle campagne de dénigrement des productions-maison de Radio-Canada et Radio-Québec et par le recours consécutif aux producteurs privés, au "faire-faire" comme le dit le vocabulaire du MCQ: la désyndicalisation progressive de ces entreprises publiques au profit de la production faite en sous-traitance, par des non-syndiqués...

La politique nationale des communications du Québec comporte aussi d'autres enjeux fort importants pour les groupes populaires et syndicaux.

B) LES ENJEUX DES NOUVEAUX OUTILS INFORMATIQUES

L'enjeu majeur des nouveaux outils informatiques réside dans leur démocratisation. Actuellement, aucun contrôle démocratique n'est envisagé à leur sujet dans l'éventuelle politique nationale des communications.

Les enjeux pour les groupes syndicaux et populaires et pour la population en général se posent principalement en termes d'accessibilité à ces nouveaux outils: accessibilité aux outils et accessibilité aux contenus qu'ils véhiculent.

Accessibilité aux outils

En ce moment, la publicité inonde les médias avec son discours sur la baisse vertigineuse de coûts d'achat de ces appareils; mais elle parle peu des coûts qu'entraînent l'utilisation de ces mêmes appareils. En effet, pour avoir accès à des banques de données, on doit payer à la pièce chaque demande d'information.

Si la tendance qui se dessine actuellement se concrétise dans une politique nationale des communications, cela signifiera que toutes ces ressources technologiques ne profiteront qu'à une minorité déjà bien informée, alors même qu'elles sont, le plus souvent, financées à même les fonds publics. Il y a là, de la part de l'Etat, un détournement de fonds, un détournement de nos impôts.

Accès aux contenus véhiculés par les banques de données

Un autre enjeu de la politique nationale des communications réside dans l'accès aux contenus, aux informations incluses dans les banques de données.

Les personnes et les groupes auront-ils accès à une grande variété de banques de données? Pourront-ils les alimenter? Si oui, l'Etat prévoit-il des ressources financières à cette fin? Comment pourrons-nous contrôler les informations qui nous touchent?

Ici encore, rien de tel n'est prévu dans la politique des communications. Ces questions ne semblent même pas imaginées.

C) LA SUPER-CONCENTRATION DES CONTENUS DE L'INFORMATION

Un autre enjeu majeur qui découle de tout ce qui précède se situe au plan de la concentration des contenus de l'information, une concentration encore plus grande que celle que nous connaissons dans la presse écrite et électronique.

Et revoici la concentration

Cette concentration de l'information touche la fabrication des banques de données de toute nature, dont les banques de données sur l'actualité. Les principaux propriétaires et fabricants sont au Canada les barons de la presse, ceux-là même qui firent l'objet de l'enquête de la Commission Kent...

On imagine la super-centralisation de l'information que cela représente et les dangers pour la vie démocratique; mais on imagine plus difficilement quel sera dès lors le type de contrôle démocratique possible sur le contenu des informations.

La politique québécoise des communications n'est pas encore arrêtée: le gouvernement s'est engagé à la soumettre à la consultation populaire. En attendant, des décisions sont en train de se prendre qui engagent l'avenir des communications, mais qui ne sont en aucun cas soumises à une quelconque forme de consultation.

Citons les investissements imminents dans la télépayante. Citons aussi la révision du rôle de la Régie des services publics et la diminution du nombre des commissaires annoncée par Jean-François Bertrand. Citons enfin le cas d'Informatech, le Centre québécois de banques d'informations scientifiques et techniques.

Des décisions prises en catimini

Le gouvernement s'apprête à confier son rôle de diffuseur de banques de données à une entreprise privée. Qui plus est, cette compagnie "se verrait aussi octroyer la diffusion de l'ensemble des banques de données gouvernementales du domaine public". (Le Devoir, 27 octobre '83). On dit que le gouvernement serait représenté au conseil d'administration de cette compagnie et "s'assurerait de l'inclusion de certaines conditions dans le contrat l'y liant". Quelles sont ces conditions? Quelle est cette compagnie qui se verra ainsi attribuer un monopole sur le "domaine public"? Nul ne le sait. Jusqu'où ira la privatisation et la centralisation de toutes ces ressources technologiques? Comment pourrons-nous contrer cette tendance?

Toutes ces décisions prises à la hâte et en catimini comportent des conséquences très graves au plan de la vie démocratique d'une société, conséquences dont nous mesurons encore mal les impacts sur la vie collective. D'où l'importance d'ouvrir le débat et d'effectuer de plus amples études sur les impacts des décisions que s'apprête à prendre le gouvernement du Québec dans sa future politique nationale des communications.

5 - QUELQUES GRANDES QUESTIONS

Pour nous aider à faire le point sur l'état actuel de l'information dans nos groupes et dans les médias de masse, nous nous permettons d'avancer quelques grandes questions. Ce questionnement a pour but de stimuler la réflexion et ne comporte aucune obligation de votre part d'y répondre ou de vous en tenir à celles-là.

SUR LA CONJONCTURE

Nous vivons actuellement une période de repli et de luttes défensives; comment interpréter cette situation?

> Sommes-nous en train de nous réajuster, de préparer de nouvelles stratégies offensives pour faire face aux changements de société qui s'amorcent, ou bien est-ce que les tâtonnements, les incohérences actuelles marquent le début de la fin, comme on le prétend dans certains milieux, du mode d'intervention de la gauche syndicale et populaire tel qu'il s'est développé à partir des années '60?
>
> Nos pratiques d'information reflètent nécessairement cette conjoncture difficile. De quelle façon cela s'est-il manifesté dans nos milieux?

Est-il vrai que nous sommes de plus en plus éloignés de la partie de la population que l'on veut d'abord rejoindre et qui est celle qui manque le plus d'information? Si oui, pourquoi?

> Est-ce que le problème se pose pour tous les groupes? Se pose-t-il uniquement au niveau des interventions sur la scène nationale? Cette affirmation est-elle valable aussi au niveau régional?

SUR NOS PRATIQUES

Est-ce que le "localisme" et le "régionalisme" constituent les nouvelles assises d'un mouvement social plus autonome, plus démocratique? Dans ce contexte, les réseaux d'échanges d'informations qui émanent de la base (réseau du MEPACQ, réseau du Sommet populaire) ont-ils plus de chances de déboucher sur un véritable réseau d'information d'envergure nationale, d'autant plus que l'informatique peut faciliter grandement un tel projet?

Comment nos pratiques d'informations internes ont-elles progressé? Quels sont les nouveaux moyens utilisés? Quelles sont nos lacunes? Quels ont été nos bons coups?

SUR LES MEDIAS ALTERNATIFS ET COMMUNAUTAIRES

Pourquoi le langage de la gauche en général paraît-il le plus souvent incompatible avec le langage populaire? Est-ce que ce n'est pas là un des grands problèmes des médias critiques?

La Vie en rose ne semble pas avoir les mêmes problèmes; pourquoi?

Aux plans régional et local, les médias communautaires représentent-ils une alternative à la presse commerciale?

SUR L'ACCES AUX MEDIAS DE MASSE

Malgré les revendications et les pressions qui se sont intensifiées ces dernières années, la situation de l'information dans les médias de masse continue de se dégrader. On parle de moins en moins de nous et quand on en parle, c'est dans les dernières pages et souvent de façon négative (surtout dans le cas des syndicats). Les médias sont-ils les seuls responsables? Avons-nous pris les moyens pour percer le mur des médias? Y a-t-il une volonté réelle de rejoindre un plus grand public à travers les mass-médias?

Quels moyens avons-nous pris pour obtenir ce que nous avons réclamé - comme par exemple au niveau du droit de réplique, ou des temps d'antennes? Serions-nous moins présents dans les mass-médias parce que nous intervenons moins sur la scène publique?

Du côté des syndicats on a l'impression que les médias sont carrément hostiles, et qu'ils font de la désinformation. Cette impression est-elle justifiée et est-ce aussi vrai pour les groupes populaires et les groupes de femmes?

Quelles seraient les conditions pour créer une véritable alternative à cette presse?

Est-ce possible de s'entendre sur une stratégie pour développer à la fois la presse alternative et communautaire et pour avancer un projet de journal populaire à large audience qui interpellerait les pouvoirs en place?

Dans quelles conditions la coexistence de ces publications pourrait-elle être viable? Est-ce que la mise en commun des services et d'équipements (achats, impression, publicité, etc...) peut être une solution?

SUR LES ENJEUX DE L'HEURE

Les politiques actuelles du gouvernement fédéral et provincial remettent en question les minces acquis dans le domaine des communications (syndicalisation, service public, gratuité de la télévision, développement de la régionalisation de Radio-Québec). Pouvons-nous nous mobiliser sur ce terrain? Avons-nous, nous aussi, abandonné la lutte contre la concentration? Comment renforcer la lutte pour obtenir des législations qui garantissent les droits du public et des groupes à l'information et à l'expression?

Les stratégies actuelles des gouvernements pour développer les nouveaux services et utiliser les nouvelles technologies sont centrées uniquement sur des intérêts économiques, et commerciaux. Les ressources publiques sont détournées au seul bénéfice des entreprises privées. Nous allons y

perdre sur toute la ligne tant au niveau de la qualité que de l'accessibilité. Comment développer à ce sujet des stratégies offensives, comment s'approprier ces nouvelles technologies et réclamer, pour ce faire, l'aide de l'Etat?

4 - SYNTHESE DES PRINCIPALES REVENDICATIONS SYNDICALES, POPULAIRES ET COMMUNAUTAIRES AVANCEES JUSQU'A MAINTENANT DANS LE CHAMP DES COMMUNICATIONS

A) REVENDICATIONS TOUCHANT LES MOYENS AUTONOMES DE COMMUNICATION

- o un financement étatique stable des médias communautaires, sans contrôle exercé par l'Etat;
- o la démocratisation de l'accès aux moyens de production, de diffusion et de distribution.

Se sont ajoutées récemment:

- o l'accès aux services techniques et financiers offerts aux PME par l'Etat;
- o l'aide de l'Etat au développement des programmes de formation en communication et en gestion, programmes adaptés aux besoins des médias autonomes et communautaires;
- o la constitution d'une banque de données régionale qui pourrait être reliée à une banque de données nationale et qui l'alimenterait;
- o l'aide de l'Etat au développement des moyens de communication alternatifs en matière de télématique (ex: réseaux et banques de données communautaires).

B) REVENDICATIONS VISANT A DEMOCRATISER L'ACCES A L'INFORMATION

- o des temps d'antenne gratuits et de l'espace dans les journaux;
- o la reconnaissance du droit de réplique;

- o l'obligation, pour les entreprises de presse, de rendre publique leur politique d'information et d'affectation des ressources;

- o que les médias affectent des journalistes en nombre suffisant pour couvrir les réalités de vie des milieux populaires et syndicaux, et ce dans toutes les régions du Québec;

- o que les réseaux (presse électronique) et groupes (presse écrite) diffusent au niveau national des informations provenant des régions;

- o une diversification des sources d'information par l'augmentation du nombre de journalistes notamment en régions pour traiter l'information au lieu de dépendre uniquement des grandes agences de presse; par l'utilisation dans le traitement de l'information internationale de matériel d'information provenant d'autres sources que des cinq grandes agences transnationales; par l'accès aux sources d'information gouvernementale et des entreprises privées.

Se sont ajoutées récemment des revendications relatives aux nouvelles technologies et aux nouveaux services:

- o l'élimination de toute production pornographique à la télépayante et ailleurs; le retrait de tous les fonds publics investis dans ce type de productions; un débat public sur la nature de la pornographie, de façon à éviter d'évacuer constamment le vrai débat;

- o que les fonds publics soient consacrés à améliorer les services publics existants comme Radio-Québec, au lieu d'être investis dans les nouveaux services (télépayante et la 3e chaîne commerciale) qui ne correspondent à aucun besoin dans la population;

- o la création d'une banque de données québécoise, nationale et régionale, gérée par une société d'Etat, alimentée à plusieurs sources, et accessible à tous; pour ce faire, on a proposé d'utiliser le réseau actuel des bibliothèques publiques;

- o une législation pour protéger la vie privée des gens;

- o un débat national, public et démocratique sur les orientations à privilégier face aux nouvelles technologies et à l'informatisation de la société.

C) REVENDICATIONS VISANT A ASSURER LE DROIT A UNE INFORMATION COMPLETE, PLURALISTE ET DIVERSIFIEE

- o le renforcement des pouvoirs des organismes publics de réglementation, afin que cesse le processus de concentration de la propriété, notamment au niveau de la presse régionale, et pour interdire toute acquisition de médias par quelque conglomérat;
- o l'augmentation de la représentation des usagers au Conseil de presse;
- o l'aide du MCQ au développement de Conseils des usagers des communications dans les régions.

Regroupement Populaire des Usagers des Moyens de Communication

de l'Abitibi-Témiscamingue Inc.

Rouyn, le 12 janvier 1984

MESSAGE AUX ETATS GENERAUX

Bonjour,

Quelques mots pour vous faire part que notre Regroupement a délégué M. André Lévesque pour assister aux Etats généraux populaires sur les Communications. M. Jacques Marcotte ou quelqu'un d'autre y assistera également si l'occasion se présente de voyager à peu de frais.

Cette année notre subvention a été diminuée de 50%. Nous avons reçu en effet seulement 10 000,00$ du programme du Ministère, ce qui paralyse pratiquement nos activités.

Par contre, nos administrateurs estiment très important la tenue des Etats généraux à ce moment-ci, compte-tenu que le Ministère désire instaurer des Conseils régionaux d'usagers sur la base d'objectifs et de structure de concertation. Ce à quoi, nous nous opposons.

C'est à la suite de nos pratiques régionales depuis nombre d'années en matière de communication que notre position s'articule à partir des prémices suivantes:

> Pour la défense et la promotion de leurs droits, les milieux populaires et syndicaux doivent se donner leur propre organisation et fonctionner sur une base indépendante et autonome dans leur srtucture, leur orientation et leur action."

L'absence d'organisation et de luttes permanentes des milieux populaires et syndicaux conduit à un recul des droits de liberté de presse et d'expression: empêche leur développement et favorise tôt ou tard l'instauration de régime politique autoritaire, anti-démocratique et parfois fascisme.

Le libre exercice de l'information pour les milieux populaires et syndicaux est intimement lié à celui de la démocratie.

L'organisation autonome des milieux populaires et syndicaux et leur action pour la défense et la promotion de leurs droits à l'information et à informer, ne sont pas suffisantes pour obtennir par ce seul moyen la plénitude de ces droits, mais elles sont essentielles comme guide et soutien à toute démarche visant à des transformations sociales et politiques en profondeur de notre société.

En conséquence, notre Regroupement appuie toute proposition visant à fonder dans les régions, des organismes populaires et syndicaux pour la défense et la promotion des droits à l'information et à informer, ainsi qu'à unir ces organismes au niveau national.

Les expériences de notre Regroupement depuis 1979, nous ont amené pour la réalisation de nos objectifs, à définir notre action en deux volets: soit la surveillance critique des media et le soutien à l'information aux milieux populaires et syndicaux.

La surveillance critique des media consiste, à exercer une vigilance constante des media de masse sur la qualité et la quantité d'information à l'égard des milieux populaires et syndicaux. Le mécanisme de cette vigilance consiste pour notre Regroupement et les groupes à la base, à suivre un processus établi, par lequel nous pouvons régulièrement, à partir de faits, identifier les manquements des media sur les points que nous visons, les dénoncer, faire des interventions, préconiser des politiques et publiciser nos actions.

Le soutien à l'information vise à encourager et à soutenir par divers moyens nos groupes à la base, à faire de l'information à l'extérieur comme à l'intérieur de leur organisme. Dans cette optique, nous privilégions les media communautaires, tout en incitant à recourir aux media de masse privés ou d'Etat pour leurs messages pertinents et susceptibles d'être normalement diffusés. S'ils ne le sont pas, nous dénonçons publiquement ces media avec faits à l'appui.

Même si nos ressources ne nous ont pas permis de réaliser à fond ces deux volets d'activités, notre modeste pratique dans ce sens, nous confirme qu'ils répondent bien à la réalisation et à la poursuite de nos objectifs.

Actuellement, notre problème fondamental, c'est le manque de financement stable et suffisant. C'est pourquoi, nous réclamons du ministère une politique de subvention adéquate. C'est une ressource publique à laquelle nous avons droit, sans entrave à notre autonomie, ce dont les compagnies bénéficient largement. Bien plus, avec la concertation, le gouvernement met en jeu, présentement, notre survie comme organisme indépendant et autonome. Par surcroît, lors d'une récente rencontre, un haut-fonctionnaire du ministère des communications nous désignait comme le plus mauvais modèle des cinq(5) regroupements des usagers de la province.

Je m'excuse d'avoir été si long et trop court pour mieux expliciter nos orientations, mais j'espère que cela donnera une bonne idée de nos conceptions.

Marcel Lemay sic.
A.P.V.M.C.-A.T.

SOMMET POPULAIRE

POLITIQUE ET STRATEGIE D'INFORMATION:

UN PORTRAIT-BILAN DE L'EXPERIENCE DU SOMMET POPULAIRE DE MONTREAL

Présenté comme contribution aux Etats Généraux Populaires sur les communications, organisés par l'I.C.E.A., les 21 et 22 janvier 1984,

Par les responsables de l'information

Le Sommet populaire est heureux de participer à la tenue des Etats Généraux Populaires sur les communications, organisés conjointement avec le Groupe de Travail en Communication de l'I.C.E.A. Nous entendons ici faire part de notre expérience depuis près de deux ans maintenant, dans la constitution d'un Réseau Populaire d'Information (RPI). Un énorme travail a été réalisé autour de ce projet ambitieux depuis le grand Colloque d'avril '82 qui décidait de créer une organisation permanente de concertation et d'action pour l'amélioration des conditions de vie dans la région de Montréal. Nous essayerons aussi en conclusion de dégager certaines leçons d'intérêt général pour les organisations populaires, communautaires et syndicales, concernant notamment les politiques qui devraient à notre avis guider notre action en information.

1. Orientation générale du RPI

Au printemps '82 nous avions bien entre les mains une plateforme de revendications assez claires qui fixait entre autres deux grands buts: 1. la démocratisation de l'accès aux médias de masse, et 2. la reconnaissance des médias communautaires, populaires et syndicaux. (1)

Pour concrétiser ces revendications, il était ensuite proposé de mettre sur pied un Réseau Populaire d'Information ayant pour objectifs spécifiques:

1. d'accroître la capacité de communiquer entre les organisations et d'informer leurs membres, ainsi que la population en général

1. On la retrouve dans le cahier jaune des plateformes de revendications du Sommet Populaire II.

2. d'organiser la mise en commun des ressources et capacités techniques, matérielles et financières;

3. d'établir progressivement une stratégie générale de lutte et d'actions ponctuelles face aux grands mass-médias, en concertation avec les travailleuses et travailleurs des entreprises d'information.

Après bien des débats concernant la façon de mettre sur pied un tel réseau, nous avons travaillé tout d'abord à définir une politique d'information, à l'automne '82. Etablir une orientation générale, définir les paramètres de réalisation, préciser des stratégies et des moyens d'actions pour atteindre nos objectifs initiaux, tel devait être le contenu de cette politique, qui a été revue et complétée tout récemment, à la lumière des récents développements.

Nous croyons utile de résumer ici à quoi ça ressemble dans ses grandes lignes:

- Au niveau interne:

  - mettre sur pied un secrétariat et une procédure pour rendre accessible facilement les rapports, p.v., bilans, etc.;
  - établir des mécanismes centraux pour permettre la circulation de haut en bas (et vice-versa) de l'information entre les divers secteurs, fronts de luttes et comités de travail;
  - développer un Bulletin d'information régulier et développer des collaborations à ce Bulletin par la mise sur pied d'un comité permanent d'information rattaché à l'exécutif;
  - structurer des services pour nos membres;
  - trouver des moyens de financement et d'autofinancement de ces services;
  - penser à l'utilisation de moyens modernes pour notre gestion et l'informatisation de notre réseau, comme la micro-informatique;
  - organiser au besoin des sessions de formation en information.

- Au niveau externe:

  - s'occuper de la réalisation d'instruments publicitaires du Sommet: affiche, bannière, tract, dépliant, vidéo, etc.;
  - mettre en fonction une stratégie de masse visant la collaboration avec les médias communautaires, populaires, syndicaux, étudiants, etc., et utiliser au besoin les grands médias commerciaux;
  - se concerter avec des organismes compétents en matière de réseau informatisé, dont particulièrement la CRI, et y impliquer nos membres intéressés;
  - participer à des forums publiques sur des questions d'intérêt général, comme l'enjeu du virage technologique, le droit au public à l'information, notamment avec le CTC de l'I.C.E.A.

Après deux ans de travail seulement, vous comprendrez que tous ces projets n'ont pu être entièrement réalisés, certains comme le réseau informatisé étant plutôt de longue haleine. Nous sommes quand même assez satisfaits grossomodo de l'état actuel de nos réalisations, notamment au niveau du Bulletin d'information. Nous verrons plus loin de quoi il s'agit. Auparavant cependant je voudrais insister un peu sur la définition et l'orientation que nous avons données au Réseau d'Information Populaire Montréalais, que nous travaillons à bâtir. Car au tout début (et encore maintenant), il y a eu bien des discussions à ce propos.

Certains voyaient dans ce projet une sorte l'Agence de Presse rééditant l'expérience de l'Agence de Presse Libre du Québec en quelque sorte. D'autres pensaient (et pensent encore parfois) que le Sommet Populaire n'est simplement qu'un réseau d'échange et de redistribution horizontaux d'informations venant du milieu, rien de plus.

Dans les faits, ni l'une ni l'autre de ces conceptions ne sont exactes parce que trop limitatives. Le projet de Réseau est relativement plus complexe que cela et comprend au moins 3 aspects importants pour l'instant:

1. La cueillette, le traitement et la redistribution de l'information vers nos membres et la population, notamment par le Bulletin d'information et la collaboration avec les autres médias.

2. Le développement de services d'appoint pour les groupes-membres, comme le réseau de redistribution par la poste, etc.

3. Le perfectionnement et l'utilisation à moyen terme de moyens de gestion et de communications modernes, dont la micro-informatique.

En d'autres termes, nous nous dirigeons vers la création d'une sorte de Service d'information qui accomplira diverses tâches spécialisées, au profit de tout le membership. La décision de mettre sur pied un tel Service provient en partie du fait que nous avons réalisé que cela était vital pour le développement de l'organisation, et aussi du fait que le Front information ne pouvait pas assumer logiquement toutes ses tâches en permanence.

Le Front s'est réuni quelques fois en '83. Ses activités se sont limitées à organiser une soirée de soutien aux grévistes de Québécor et à constituer un programme d'activités de quartier lors du 8 mars '83 qui a servi d'instruments de promotion dans les médias. Son travail est davantage lié à l'objectif de la démocratisation de l'accès aux mass-médias et certaines autres revendications de sa plateforme. Il a regroupé environ 6 groupes jusqu'à l'été passé, qui ont décidé à une dernière réunion de participer aux Etats Généraux sur les Communications de l'I.C.E.A.

Cependant, avec la tournure des évènements les médias écrits communautaires qui ont créé un conseil régional, etc., l'existence de ce Front est pour le moins formelle maintenant, compte tenu qu'il existe d'autres lieux de concertation comme GTC de l'I.C.E.A., l'A.M.E.C.Q., l'A.R.C.Q., etc. et qu'il ne sert à rien de dédoubler les énergies.

Ce débat demeure à clarifier mais on pourrait envisager que le Service d'information, une fois bien rôdé, pourrait en fait prendre la relève, et travailler à développer une concertation tout aussi efficace entre ses membres et les autres organismes en information du milieu. Nous n'insisterons pas davantage ici sur cette question qui demeure à résoudre.

2. Le BULLETIN: Un bimestriel original, qui traite de tous les aspects rattachés au champ des conditions de vie.

Un bimestriel de format assez simple mais original (16 pages), voilà en gros comment se présente notre BULLETIN d'information. Nous avons procédé récemment à une évaluation qui nous laisse croire à une assez bonne réception chez nos membres, certains réutilisant même des articles dans leurs propres bulletins internes, et d'autres organismes comme les journaux communautaires reproduisant des articles d'intérêt publique dans leurs pages.

Nous remarquons aussi une nette amélioration du contenu depuis les 4 derniers numéros. Le fait d'avoir eu un stagiaire en communication tout l automne et un salarié à temps plein pour s'en occuper adéquatement a sûrement joué dans la balance. Un DOSSIER SPECIAL sur Centraide a été produit dans le dernier numéro pour lequel nous avons reçu certaines félicitations.

Bien sûr, si nous avions plus de moyens, de ressources financières notamment, nous pourrions faire beaucoup mieux. Car ça coûte relativement cher de faire de la bonne information et de rejoindre les "larges masses" de nos jours. Mais nous avons quand même fait un progrès énorme depuis la feuille de choux du début et nous entendons continuer à accorder une très grande importance à développer progressivement nos moyens d'information dont le BULLETIN en priorité.

Pour ce faire, nous avons mis sur pied un comité permanent d'information au niveau central, où sont regroupés des collaborateurs-trices bénévoles. Cette bonne initiative commence à porter des fruits. Suite à notre récente évaluation toujours, nous avons reprécisé les objectifs du BULLETIN ainsi:

- travailler à mieux informer sur les actions, les services et les problèmes rencontrés dans nos roganismes, dans les divers mouvements sociaux, etc.;
- présenter des analyses et reportages plus fouillés, sur des sujets d'intérêt publique et d'actualité;
- prendre position au besoin sur les enjeux de certaines luttes, phénomènes sociaux, politiques ou culturels;
- continuer à jouer un rôle de coordination entre les groupes notamment par le maintien de certaines chroniques (Du front tout l'tour de la tête...) et du calendrier des activités à venir dans tout le mouvement à la fin.

Oui mais des BULLETINS il y en a des tonnes, direz-vous. Qu'est-ce qui vous distingue alors des autres? Effectivement il y en a beaucoup et de toute nature, de tous les calibres. Très souvent cependant ils ont une nature quasi interne qui déborde peu le cadre des activités régulières des groupes, ou encore ils sont sectoriels abordant seulement un aspect des conditions de vie: logement, alphabétisation, loisirs, etc.

Quelques uns sont de meilleure qualité mais il arrive souvent qu'ils sont mal distribués, dans un réseau très restreint de militantes et militants. Il arrive aussi, pour être franc, que le produit est tellement lourd et aride, mal écrit et mal mis en page, qu'on n'a guère envie de le lire même avec la meilleure bonne volonté...

Bref, le caractère spécifique de notre BULLETIN se trouve dans sa politique et dans son contenu. Nous essayons de rendre un contenu diversifié qui traite de tous les aspects concernant les conditions de vie de loin ou de près. Nous voulons faire une information davantage axée sur la nouvelle car il y a énormément d'activités dans les groupes et qui souvent ne sont pas tellement connues même si dignes d'intérêt général. Une information aussi axée sur l'analyse critique, qui donne de la perspective et du jus et qui évite les réthoriques propagandistes ennuyeuses. Nous accordons aussi une certaine importance à développer une information "crédible", originale et pertinente.

Dans ce sens, notre politique spécifie que seul l'éditorial représente le point de vue de l'organisme, alors que les auteurs endossent les autres textes, contrairement aux politiques des centrales par exemple qui visent à contrôler l'ensemble du contenu informatif.

D'autre part, avec les restrictions budgétaires de ces dernières années, bien des groupes ne trouvent plus de financement assez stable pour investir considérablement dans l'information. D'où l'existence d'une très grande irrégularité et instabilité au niveau de la parution et de la distribution de leurs bulletins, qui meurent et renaissent au gré des saisons. Deux exemples que j'ai en tête: le Bulletin Logement que publiait

le R.C.L.A.L. a été suspendu à leur dernier Congrès; S'EN SORTIR, le journal de l'ACEF-Centre, relancé cet automne avec une forme nouvelle très dynamique et une bonne distribution, est compromis. Le problème: toujours le même, aura-t-on des fonds pour continuer notre projet?

Qu'on regarde cela d'un côté ou d'un autre, il n'y a pas dix façons de résoudre ce vieux problème. Nous n'avons pas d'autres choix, en plus de la recherche de subventions, que d'aller vers une mise en commun de ressources financières, humaines et techniques beaucoup plus considérable dans les prochaines années. (Ca rejoint le 2è objectif du RPI). Et ceci ne pourra s'opérer qu'au prix de l'abandon d'un certain "esprit clocher" très fort dans certains milieux, encouragé par les subventionneurs cela va de soi, qui privilégie souvent l'action isolée au détriment de celle collective et concertée.

Concentrer des ressources au niveau central dans un regroupement comme le Sommet Populaire, le MEPACQ (2) ou une Fédération nationale par exemple, devrait permettre de développer et soutenir des moyens d'information de bien meilleure qualité, d'assurer une durabilité et une présence accrue dans la population, de se bâtir une crédibilité, et finalement de planifier des stratégies qui dépassent le couteau sur la gorge, c'est-à-dire le court terme.

3. Une stratégie de masse à rayonnements multiples

Comme il a été dit, nous accordons beaucoup d'importance au développement d'un travail d'information en direction de la population, en plus de nos membres. Je prendrai ici quelques lignes pour parler un peu de ce que nous avons convenu d'appeler notre "stratégie de masse".

Celle-ci vise à mettre à profit tout un ensemble de médias, communautaires, alternatifs, syndicaux, étudiants, etc., qui existent et qui, pris dans leur ensemble, ont un certain impact populaire. Un exemple concret illustrera ce cheminement. Un journaliste du BULLETIN fait un bon article sur la hausse du tarif du transport en commun à Montréal. Plutôt que de le faire seulement pour le Bulletin qui a un tirage assez limité (1000 copies environ), il s'organise pour le faire passer dans 2 ou 3 journaux communautaires, peut le reprendre pour une revue plus spécialisée ou faire une entrevue pour une radio communautaire etc. Dans un certain temps, il est aussi à prévoir que plusieurs journaux communautaires bi-hebdomadaires auront absolument besoin d'une alimentation régulière soutenue qu'ils ne pourront pas suffire à produire eux-mêmes. En fait, nous pouvons comparer cette fonction au rôle d'une agence de presse.

---

(2) Mouvement d'Education Populaire et d'Action Communautaire du Québec

Nous entendons développer ainsi une collaboration régulière avec une trentaine de médias régionaux ou nationaux que nous travaillons à alimenter d'une façon ou d'une autre, en informations locales et régionales provenant et concernant le milieu. Cette stratégie commence à donner des résultats relativement intéressants, mais suppose quand même un certain degré de "professionnalisme", une connaissance de la pratique et du milieu de l'information, etc.

Le printemps passé une émission régulière a été tenu à CIBL-FM et il est possible, dans la mesure de nos énergies, que nous rééditions l'espérience un de ces jours.

Il y a aussi tous les liens avec les grands médias. Il serait puéril dans une société comme la nôtre d'exclure le recours aux grands médias pour développer une audience publique et rejoindre la population. Et puis, si l'on veut chercher à développer une complicité et une concertation avec certains travailleurs-euses de ce milieu, il faudrait peut être commencer par porter des jugements plus subtiles que de dire comme on entend souvent que tous les grands médias partout et toujours font de la mauvaise information, biaisée, etc. Ce qui honnêtement ne reflète pas la réalité. Il y a de bons journalistes comme il y a de mauvaises émissions d'information. De toute façon, en dehors de certaines campagnes de promotion, nous n'avons pas encore développé beaucoup de liens avec ces milieux, que nous n'utilisons que ponctuellement. Un travail reste à faire de ce côté.

4 Des services auxiliaires: une nécessité pour les groupes

En '82, une enquête réalisée par Marie Dumoulin pour le Sommet Populaire auprès de 43 organismes populaires de la région concluait à ceci: "la nécessité d'un réseau, particulièrement en termes de services, davantage dans l'optique d'un renforcement des productions autonomes des groupes". Voilà pourquoi un aspect très important du Réseau est le développement de certains services d'appoint pour nos membres, gratuits avec le paiement de leurs cotisations.

Je ne ferai ici qu'en résumer la fonction:

- un service de redistribution postal mensuel
- un service de distribution de la littérature (par kiosques)
- la possibilité d'utiliser une personne-ressource en communication, pour des campagnes de tout genre, organiser des conférences de presse, etc.
- secondairement, l'accès aux télécommunications: Telbec, etc.

Nous pensons aussi à la possibilité d'organiser des sessions de formation en information pour nos membres dont la forme demeure à préciser autant que le contenu. Bref, le développement et le perfectionnement de ces services demeurent pour nous quelque chose de relativement important, surtout pour les groupes populaires qui sont généralement moins bien outillés que les centrales dans ce domaine.

5. Le projet de réseau informatisé: un projet réalisable

Depuis le début nous avons accordé une certaine importance à ce projet, qui s'est peu à peu concrétisé au fil des mois. Avec la Coopérative de Recherche en Information nous avions d'abord entrepris des sessions de sensibilisation et deux expériences pilotes. A travers un chemin quelque peu sinueux, le Centre de Documentation Populaire a complété aux dernières nouvelles une étude de faisabilité et d'implantation. Un certain nombre d'organismes sont en train de s'informatiser avec le Comité Social Centre-Sud, assistés par la C.E.C.M. Plusieurs autres projets sont en cours. Quand à nous, nous continuons l'investigation avec le GTC de l'I.C.E.A. notamment et de même que la CRI.

Un projet de réseau monté sur ordinateur nous faciliterait la vie de toutes sortes de façons et augmenterait de beaucoup notre capacité de transmettre de l'information tant sur le plan interne qu'externe. Il y a toutefois plusieurs étapes à franchir. La première consiste à se former et à s'informer pour voir toutes les possibilités que cela pourrait receler pour nos organisations, notamment au niveau de la gestion interne, et aussi pour l'inter-communication du réseau d'échange d'informations.

6. Perspectives et conclusions: il reste bien du travail à faire

Nous avons voulu insister dans ce texte sur des réalisations récentes du Sommet Populaire de Montréal en matière d'information. Nous avons volontairement évacué un certain nombre de questions plus théoriques ou litigieuses posées par le guide d'animation pour les Etats Généraux, car bien des réflexions et des analyses plus fouillées restent à faire.

Une leçon générale qu'on peut sans doute tirer de notre expérience est la nécessité d'accorder une grande importance dans nos organismes à la structuration de mécanismes d'information internes solides, nous permettant ultérieurement de mieux rayonner sur la scène publique. Cela passe

par l'établissement de "politique d'information", ce qui est à notre connaissance relativement peu développé actuellement dans les groupes, et même dans les médias d'information communautaires ou populaires par exemple. Ce qui peut apparaitre paradoxal mais ne fait que démontrer l'étendue du travail qui reste à faire.

Selon nous, une politique d'information ne devrait pas se limiter à des voeux pieux autant généreux que généraux. Elle devrait concevoir la structure de l'information interne comme étant vitale et centrale pour le développement de la vie démocratique de l'organisation et pour l'intervention publique. Elle devrait en second lieu définir des stratégies de masse, c'est-à-dire quand, où et comment faire le travail en direction des membres, des réseaux d'amitié et de la population en général, et se donner les moyens d'évaluer collectivement ses stratégies et ses moyens de realisation avec ses autres partenaires.

Mais la concertation demeurera lettre morte si nous ne procédons pas à la concentration de ressources financières, humaines et techniques dans nos regroupements, qui s'avèrent probablement un des seuls moyens d'arriver à développer des moyens d'information de qualité à moyen terme, qu'il s'agisse de moyens informatisés, ou de bulletins, revues ou journaux divers, ou pourquoi pas, de radios, vidéos, disques, etc.

C'est dans ce sens que nous entendons travailler dans les prochaines années, en collaboration avec nos membres et certains partenaires immédiats comme le MEPACQ, et le groupe de GIC de l'I.C.E.A. et les divers médias de tout acabit du mouvement populaire, alternatif et syndical.

Montréal, le 16 janvier 1984

L'EXPÉRIENCE DU CENTRE DE FORMATION POPULAIRE

EN MATIERE DE COMMUNICATIONS

Le CFP est un organisme sans but lucratif qui fait de la formation auprès du mouvement ouvrier, du mouvement populaire et du mouvement des femmes. Son orientation est anti-capitaliste et vise la libération économique, politique et sociale de l'ensemble des classes populaires. Organiser des sessions de formation, publier des documents et organiser des débats et des rencontres-échanges constituent les principales activités du CFP.

1 - RAPPEL DE NOS PRINCIPALES INTERVENTIONS ET DE NOS OBJECTIFS SUR CETTE QUESTION:

1) Un certain nombre de publications reliées à notre travail de formation (une vingtaine de publications dans les 5 dernières années touchant différents aspects de la lutte du mouvement ouvrier et populaire et du mouvement des femmes: question nationale, syndicalisme, projet de société, financement et gestion de nos organisations, les militants et les médias...).

- Tirage: de 1000 à 5000 exemplaires selon les cas.

OBJECTIFS: prolonger nos interventions de formation (sessions, débats, soirées-panels...) en faisant bénéficier d'autres groupes de notre expérience et de notre réflexion; fournir à d'autres des outils de formation pour leur milieu.

2) Collaboration et/ou soutien à des médias alternatifs et communautaires.

- émissions à CIBL (30 minutes, une fois par mois pendant un an sur des thèmes que nous connaissons);

- articles dans divers numéros de la revue Vie ouvrière (question nationale, nouvelle organisation du travail, projet de société, conjoncture actuelle, action politique autonome, emploi et désarmement);

- soutien à Presse-Libre pendant les deux ans de sa parution (technique, journalistique, politique).

OBJECTIFS: importance du soutien à ces initiatives pour elles-mêmes afin de favoriser au sein de la gauche du mouvement populaire, du mouvement syndical et du mouvement des femmes une image d'elle-même comme réalité et comme force potentielle, être partie prenante de leur orientation et de leur développement ce qui indirectement a un effet bénéfique sur l'intérêt dans les différents milieux pour débattre, réfléchir, se former, bref se donner un second souffle ou plus simplement pour prendre le temps de souffler.

II- PROBLEMES AUXQUELS ON FAIT FACE

1) Politiquement: la difficulté énorme, par les temps qui courent d'additionner des forces, des sensibilités différentes (expérience de Presse-Libre notamment);

2) L'amateurisme de notre travail d'information (comment être à la fois accessible et incisif, percutant?);

3) Le clivage Montréal-régions: comment rendre compte et tenir compte des spécificités régionales sans tomber dans le "régionalisme"? Comment sortir du "montréalisme"?

4) problème soulevé par Temps fou (cf V. Dassas, p.5, outil de réflexion ICEA)

> "La gauche, ces dernières années, a produit des individus pour qui le succès et la rentabilité sont des péchés mortels. La gauche a aussi produit des groupes inertes par excès de démocratie. Réunions de planification, d'orientation, réunions de permanence de rédaction, réunions sur les finances, la publicité, etc..."

III- PERSPECTIVES ET PISTES DE SOLUTION A LONG TERME

Elles sont de différents ordres

1) a. Outiller les militant-e-s dans leur travail d'information interne et externe (vis-à-vis les médias de masse);

b. s'outiller nous-mêmes pour sortir de l'amateurisme: le journalisme a ses règles, ses modes de communication...;

c. s'outiller mieux avec d'autres au niveau de l'infrastructure de l'information (maison d'édition, imprimerie, composition...).

2) Soutenir les médias alternatifs et communautaires qui favorisent les mises en commun, les concertations, les coalitions[1] par leur politique d'information.

(1) Où se retrouvent militant-e-s syndicaux, populaires, féministes, écolos et pacifistes...

3) Prendre en charge - à la mesure de nos moyens et de nos énergies - avec d'autres les nouveaux problèmes (changements technologiques...) et être attentifs aux nouveaux mouvements sociaux (désarmement nucléaire...) tout en cherchant à sortir de nos routines dans nos analyses et nos modes d'intervention à l'intérieur de "la gauche" si tant est qu'il y a une gauche.

IV - PROJETS DE TRAVAIL A COURT TERME (année 81)

1) Réalisation de sessions de formation d'une journée sur le thème: "Les médias d'information", à l'intention des groupes populaires.

OBJECTIFS:
- faire connaître davantage le rôle et le fonctionnement des médias traditionnels;
- réfléchir et échanger sur les relations groupes populaires/médias;
- connaître les techniques d'information et développer une stratégie d'information et d'utilisation des médias.

2) Ré-édition du document "Les militants et les médias".

Ce document sur l'information du public s'adresse principalement aux responsables de l'information, aux membres des comités d'information et aux porte-parole des syndicats et des groupes populaires. Il veut démystifier quelque peu ces curieuses bottes que sont les médias d'information et donner aux militants certains renseignements de base leur permettant de mettre toutes les chances de leur côté lorsqu'ils ont recours aux médias d'information pour sensibiliser le public à leurs revendications ou pour expliquer le sens de leurs luttes.

Louis Favreau/Mireille Viau
CFP

Février 84

SOLIDARITÉ QUÉBEC-AMÉRIQUE LATINE
3575 BOUL. ST-LAURENT, # 406, MONTRÉAL, P.Q.
CANADA H2X 2T7, TÉL. 842-2483

INFORMATION INTERNATIONALE

NOUS N'OFFRIRONS UNE "ALTERNATIVE" AU CONTRÔLE DES GRANDES AGENCES DE PRESSE QUE SI NOUS REGROUPONS NOS RESSOURCES ALTERNATIVES D'INFORMATION INTERNATIONALE

Ces derniers mois, s'est amorcé un processus de concertation du travail d'information sur l'Amérique latine. Une demi-douzaine de groupes de solidarité et d'organismes d'éducation au développement et à la solidarité internationale y participent. Collectivement, nous avions fait un double constat: nos ressources sont abondantes, riches, mais notre manque de coordination, notre éparpillement font que ces ressources n'ont pas toute l'efficacité possible. C'est pourquoi, nous avons décidé d'amorcer cette démarche de concertation, qui devrait nous permettre de définir ensemble une politique d'information sur l'Amérique latine et de mettre nos ressources en commun pour réaliser cette information.

Le projet, coordonné par Solidarité Québec-Amérique latine (SQAL), regroupe Carrefour Tiers-Monde (Québec), Comité régional d'éducation au développement international (Joliette), Centre d'études et de documentation sur l'Amérique latine (CEDAL-SUCO), Entraide missionnaire et Centre de solidarité internationale d'Alma. Il bénéficie du soutien financier de l'AQOCI (Association québécoise des organismes de coopération internationale).

UN CONSTAT: VITALITÉ MAIS ÉPARPILLEMENT DES RESSOURCES ALTERNATIVES D'INFORMATION INTERNATIONALE

Le contrôle des grandes agences sur l'information internationale

ON sait les problèmes liés au contrôle de l'information internationale par les grandes agences de presse (Rapport de la Commission MacBride- UNESCO 1980). Ici, les directions des grands médias prolongent en quelque sorte les politiques d'information des grandes agences: tendance à s'en remttre totalement à celles-ci en matière d'information internationale, faiblesse des ressources matérielles et humaines consacrées à la recherche de sources autonomes d'information, rareté de personnel affecté aux questions internationales,etc.

Les effets d'une telle situation sont sérieux. Le Tiers-Monde reste pour le grand public un monde largement inconnu ou exotique. Comme les médias n'en parlent que lorsqu'il y a crises, conflits, ce monde semble chaotique, inexplicable: les événements, le plus souvent présentés comme des "faits divers" ne sont pas situés dans leur contexte historique,culturel, social. Cette information creuse le fossé entre nos mondes plus qu'elle ne le comble... Monologue Nord-Sud...

L'information internationale réalisée par les groupes de solidarité

Pourtant, les ressources "alternatives" existent. Depuis une dizaine d'années en effet, les groupes et organismes soucieux d'éducation internationale, d'éducation aux questions du développement et d'ouverture aux réalités du Tiers-Monde se sont multipliés. On y trouve aussi bien des organisations comme le SUCO, Développement et Paix, que des organismes régionaux d'éducation internationale et des comités de solidarité. Vu leurs contacts suivis avec des institutions, des organisations syndicales, populaires et politiques, des centres de documentation situés dans les pays du Tiers-Monde, plusieurs de ces organismes reçoivent un flot continuel d'information de ces pays: celui-ci alimente une grande quantité de publications produites et diffusées par ces mêmes organismes dans le cadre de leur travail d'éducation et de solidarité.

Pour des raisons historiques et culturelles, on peut dire que près de 80% du travail d'information et d'éducation réalisé par ces organismes porte sur l'Amérique latine. Et la presque totalité de l'information faite sur l'Amérique latine et originant de sources autres que les agences internationales de presse provient de ce réseau et passe par lui. On peut donc dire que réseau d'organismes constitue un potentiel remarquable d'information autonome, original.

Cette information "sort" sous différentes formes: bulletins de comité (Guatémala, Nicaragua, Salvador...), matériel d'éducation de base, revues de presse, dossiers et nouvelles pour le réseau des radios communautaires, collaborations spéciales mais occasionnelles dans les grands quotidiens ou les hebdos régionaux, dans la presse communautaire.

Vitalité, mais éparpillement, répétitions, improvisation : quelques problèmes de l'information internationale alternative

Vitalité mais éparpillement. Voilà comment nous caractérisions l'ensemble du travail d'éducation et d'information se rapportant actuellement à l'Amérique latine, au Québec. Nous soulignions aussi la faiblesse de l'information concernant l'ensemble de l'Amérique latine et déplorions que la focalisation de l'information sur l'Amérique centrale ait soustrait à notre attention et à notre information les importantes transformations qui s'opèrent dans le reste du continent latino-américain.

Plus concrètement, si l'on regarde en particulier le travail et les instruments d'information se rapportant à l'Amérique latine, on constate qu'il existe plusieurs publications à tirage réduit (une quinzaine), destinées chacune soit à un milieu, soit à une région spécifique. Sans mettre en cause la valeur et la pertinence de ces publications, nous constatons toutefois que le manque actuel de coordination et de collaboration entre les groupes et organismes de solidarité entraîne de nombreux manques dans ce travail:

. des besoins sont ignorés: la bonne vulgarisation par exemple. Trop souvent, on l'identifie à la simplification ou à .... l'improvisation. Pourtant, la vulgarisation demande beaucoup de travail. A l'autre pôle, d'autres besoins sont ignorés également: l'analyse des tendances de fonds en Amérique latine, au plan économique ou politique, ou culturel...

. des publics sont négligés, oubliés: ce sont toujours les mêmes têtes de pipe qui sont rejointes... Les secteurs moins organisés (femmes, jeunes, chômeurs...)ne font pas l'objet d'un travail systématique.

. des réalités ne sont pas touchées: que se passe-t-il aujourd'hui au Brésil, au Chili? Qu'en est-il de la nouvelle division internationale du travail en Amérique latine?

· il y a un manque certain de qualité de l'information: contenus répétitifs les uns des autres, trop grand décalage par rapport à l'actualité; information "propagandiste" qui n'informe pas vraiment sur ce qui se passe en Amérique latine; style et présentation négligés, peu attrayants...Commme contre-information, ça ne fait pas toujours le poids à ce que les grands médias charrient.

. la diffusion est routinière, cloisonnée: chacun diffuse ses affaires ou produit sans trop tenir compte de ce qui existe déjà.

Pour faire face à l'éparpillement actuel du travail d'information et d'éducation sur l'Amérique latine, le SQAL avait proposé l'hiver dernier à une quinzaine de groupes et organismes de solidarité et d'éducation au développement international d'amorcer une concertation croissante de nos organismes.Plusieurs de ces groupes ont ensuite souhaité que une démarche commune de travail s'enclenche concrètement autour de la question de l'information. C'est ce qui a donné naissance au projet actuellement en cours et auquel on se réfère sous le non "Concertation de l'information sur l'Amérique latine".

UNE DÉMARCHE EN COURS: CONCERTATION DE L'INFORMATION SUR L'AMÉRIQUE LATINE

Les objectifs du projet

Amorcé à l'automne 1983, le projet s'étend sur une période de 6 mois.

Ses objectifs:

1)opérer une concertation et un regroupement concret des ressources d'information sur l'Amérique latine: cela se fera bien sûr pas à pas. A titre d'exemple, un groupe permanent de travail ou une structure souple de collaboration pourra résulter de la démarche en cours.

2)formuler une politique et un programme d'information sur l'Amérique latine: établir une politique et un programme d'information quant aux différents publics; quant aux différents médias à utiliser; quant aux contenus principaux à véhiculer...

Concrètement, mais juste à titre d'exemple, le projet pourrait déboucher sur:

1) la mise sur pied d'une équipe chargée d'alimenter régulièrement les grands médias et le réseau des médias communautaires;

2) la mise sur pied d'une revue sur l'Amérique latine;

3) la réalisation de publications, de diaporamas, de vidéos assurant une bonne vulgarisation;

4) l'unification de nos réseaux respectifs pour améliorer la diffusion de nos produits d'information.

3) Améliorer la qualité de l'information produite :

Il s'agit en "professionnalisant" et améliorant la qualité de l'information produite de nous donner les moyens pour assurer la percée souhaitée dans les grands médias, les médias communautaires et alternatifs, dans les publications "spécialisées" des groupes et organismes de solidarité enfin.

Cette amélioration de l'information va dans deux directions principales:

- plus grande proximité et utilisation des sources d'information "alternatives": celles de nos centres de documentation et de petites agences de presse latino-américaines par exemple;
- style et traitement de l'information plus adéquats, plus soignés, mieux adaptés aux structures mentales et culturelles des différents publics.

Description de la démarche

Le projet regroupe six organismes qui, d'une façon ou de l'autre, réalisent un travail d'information et d'éducation sur l'Amérique latine. L'intérêt de la composition du groupe, c'est que: il assure un regroupement de s ressources diversifiées et de préoccupations variées:

. il y a représentation de plusieurs régions du Québec;

. il y a représentation de producteurs d'information , proches des sources de documentation et d'information (CEDAL, SQAL...) et d'utilisateurs d'information (éducateurs-trices en développement international) plus proches des publics et soucieux d'adapter l'information aux conditions des milieux à rejoindre

Le projet couvre une période de 5 mois (nov '83 mars '84). Pour réaliser les objectifs (mise sur pied d'une structure de concertation de l'information sur l'A.L., définir une politique et un programme communs d'information sur l'A.L.), trois étapes sont prévues:

1re étape: Description et évaluation de l'information produite ici sur l'Amérique latine.

Cette étape vise à faire le portrait de l'information produite au Québec sur l'Amérique latine (médias utilisés;nombre de publications et autres productions-radios, T.V., diaporamas...; publics rejoints; contenus véhiculés; styles ou modes de traitement de l'information...) et en faire l'évaluation critique (que valent contenus et modes de traitement de l'information?, efficacité, besoins satisfaits ou pas, publics touchés ou pas...)

.2e étape: Enquête autour des besoins et objectifs de l'information sur l'Amérique latine.

Il s'agit de mieux cerner et définir les besoins auxquels le travail d'information veut répondre et les objectifs qu'il poursuit.
Par exemple, il est important de préciser
a) qu'il y a différents publics visés: le grand public via les grands médias; les publics non-initiés, mais ouverts à une démarche éducative, d'apprentissage; les publics non spécialistes mais déjà informés...etc.
b) que les besoins de ces divers publics sont diversifiés: besoins de vulgarisation et d'information de base; besoins d'information plus liée au suivi de l'actualité; besoins d'analyse en profondeur...etc.

Dans le cadre du projet, une attention particulière serait apportée aux besoins de vulgarisation, ces besoins auxquels on ne peut répondre adéquatement, à notre avis, qu'à travers la collaboration des producteurs d'information et documentalistes d'une part et des animateurs-éducateurs au développement international d'autre part.

3e étape: Définir une politique et un programme d'information sur l'Amérique latine ainsi que les structures de travail à plus long terme pour réaliser ce programme.

Au niveau des instruments d'information: cela implique définir les moyens pour opérer une percée plus efficace et soutenue dans les médias communautaires, les grands médias, pour répondre à des besoins non-satisfaits ou rejoindre des publics négligés...

SOLIDARITÉ QUÉBEC-AMÉRIQUE LATINE
3575 BOUL. ST-LAURENT, # 406, MONTRÉAL, P.Q.
CANADA H2X 2T7, TÉL. 842-2463

En guise de conclusion....

PETITE DECLARATION DE PRINCIPE POUR LE DEVELOPPEMENT D'UNE POLITIQUE QUEBECOISE D'INFORMATION INTERNATIONALE...

Toute politique québécoise des communications doit prendre en considération

a) l'importance de réaliser une information adéquate, faite du point de vue des pays du Tiers-Monde, sur tous ces pays

b) l'importance de mettre à contribution toutes les ressources d'information dont dispose déjà le milieu, pour réaliser cette information plus adéquate.

A côté des grandes agences internationales de presse, nos organismes n'ont pas grand prestige et ne disposent pas de grosses marges budgétaires. Mais leurs contacts avec les différents publics québécois d'une part et leur connexion avec les "fournisseurs" d'information directement en Amérique latine constituent des ressources tout à fait originales et autrement plus précieuses.

Voilà pourquoi, à notre avis, il importe que des ressources publiques soient consacrées à soutenir nos efforts. Il existe au Québec d'importantes ressources collectives d'information "différente" sur l'Amérique latine; mais il faut soutenir la croissance de ces ressources autochtones québécoises, leur donner les moyens de percer dans les différents secteurs de l'information. Ce sera là un moyen, une façon de collaborer hautement à cette définition d'une politique d'information sur l'Amérique latine pour le Québec mais aussi à la définition d'une politique de développement des ressources québécoises d'information sur le Tiers-Monde.

Il ne s'agit pas en somme d'investir des millions $, mais bien plutôt de concentrer les ressources existantes de façon beaucoup plus rationnelle et cohérente.

De plus, en favorisant la circulation et la diffusion d'information de première main sur l'Amérique latine, notre travail contribue directenent à l'ouverture du Québec sur le monde, et plus particulièrement sur une région d'un monde avec laquelle des affinités culturelles importantes se révèlent de plus en plus nombreuses.

D'autre part, plusieurs de nos organismes sont déjà en contact suivi avec des agences d'information, des centres de documentation et des publications d'Amérique latine.

Le renforcement de notre propre réseau sera de nature à renforcer ces liens; il est en effet très motivant pour les organisations latinos-américaines de savoir qu'elles sont ici en contact non avec des forces dispersées mais avec des forces organisées, concentrées qui assurent une pénétration et une diffusion beaucoup plus systématiques et efficaces de l'information reçue.

DROIT DE PAROLE: UNE EXPERIENCE QUI DURE

ORIGINE

Droit de Parole est un des rares journal populaire qui est pris en charge par des groupes populaires oeuvrant dans les quartiers populaires d'une ville. L'expérience date de 1974. Trois groupes populaires (Comité des Citoyens de l'Aire-10 (St-Rock), le Comité des Citoyens de St-Sauveur et la Coop de Travail) mettent alors sur pied un journal parce qu'ils trouvaient que les groupes populaires étaient mal couvert par les grands médias (informations incomplètes, déformées ou refusées); qu'il manquait un instrument d'information pour parler de la vie du quartier; et pour permettre aux résident-e-s de pouvoir s'exprimer et contrôler leur média d'information.

EVOLUTION

Même s'il a été mis sur pied par des groupes populaires, le journal était composé de personnes venant de différents milieux et pas nécessairement des groupes populaires (étudiant-e-s, enseignant-e-s, travailleurs-euses, etc.). Graduellement Droit de Parole a élargi son territoire à St-Jean-Baptiste, puis à Limoilou. Il s'est rapproché des groupes populaires dont certains couvrent un territoire plus grand que ces quartiers. En 1977, il invitait les groupes populaires à s'impliquer dans le journal, afin que le journal soit plus lié aux actions qui se mènent dans le milieu en vue d'améliorer les conditions de vie. Actuellement le journal est composé de 9 groupes membres et d'une équipe de collaborateurs et de collaboratrices. Son tirage est de 12,000 exemplaires.

Le journal peut difficilement être associé à un journal de quartier, au sens stricte du terme. Droit de Parole se veut un journal alternatif. Nous mettons, certes,

le Journal des groupes populaires

Droit de Parole

l'accent sur ce qui se vit dans les quartiers populaires du centre-ville de Québec, mais il traite aussi de tous les sujets touchant le quotidien des gens de ces quartiers et de la population en général. La question internationale est traitée à chaque numéro, par exemple.

OBJECTIFS

Les objectifs de Droit de Parole sont de favoriser de meilleures conditions de vie et de travail des gens de la classe ouvrière (travailleurs-euses avec ou sans emploi, personnes agées, femmes, etc.) et il croit en la nécessité de l'action collective des gens concernés pour élaborer et réaliser des solutions aux problèmes qui sont vécus.

Droit de Parole vise donc à:

- être un instrument d'information, d'éducation et de mobilisation pour les groupes populaires;
- défendre les intérêts de la classe ouvrière et lutter contre toutes les formes de discrimination, d'oppression et d'exploitation;
- développer la solidarité entre les groupes populaires et les autres organisations défendant les mêmes intérêts;
- développer la capacité chez les membres des groupes populaires de produire de l'information écrite pour faire connaître leurs prises de position et leurs activités.

JOURNAL D'INFORMATION OU JOURNAL DE LUTTE

Plusieurs croient qu'un journal doit faire purement et simplement de l'information et ce, le plus objectivement possible en allant chercher les deux côtés de la médaille et en laissant le lecteur et la lectrice faire "librement" son opinion à partier des renseignements donnés. Certains, comme au Ministère des Communications du Québec et à l'Association des Médias Ecrits Communautai-

res du Québec (AMECQ), disent que les journaux communautaires ne doivent faire que de l'information locale; les hebdos régionaux, de l'information régionale; les quotidiens nationaux, de l'information nationale et internationale. A Droit de Parole, nous n'acceptons pas cette conception du journal. Il n'existe pas d'information neutre et objective. Toute information, de par son choix (publier telle chose plutôt que telle autre) et de par la façon dont elle est traitée, montre, en partant, un parti pris.

Droit de Parole n'est pas un journal d'"informations objectives", c'est un journal de lutte, comme tous les autres journaux. A la différence des autres, nous ne cachons pas notre parti pris en faveur des plus démunis. Les grands médias aussi sont des journaux de lutte, mais pour "l'autre côté de la médaille". La façon dont La Presse, Le Journal de Montréal et de Québec, Le Soleil traitent des questions syndicales, féministes, des problèmes sociaux et économiques, de la situation internationale et des pays du Tiers-Monde, démontre que ces journaux mènent une lutte. C'est une lutte continuelle pour glorifier les tenants du capital et pour discréditer ceux et celles qui l'affrontent.

Ceux et celles qui croient qu'un "journal de lutte" ne peut percer parmis la population, détrompez-vous. Durant ses dix années de parution, Droit de Parole a suscité plusieurs luttes populaires (à petite ou à grande échelle) en faisant des révélations sur l'administration municipale et ses projets de démolitions ou autres. Par l'utilisation du journal Droit de Parole, un groupe de personnes agées est à mettre sur pied une association de locataires dans un HLM pour personnes agées.

Ces dix années ne se sont pas passées sans connaître certains problèmes. Nous devons constater, qu'actuellement tout au moins, il n'est pas possible que le journal soit entièrement pris en charge par tous les groupes membres. Les délégué-e-s des groupes ne peuvent voir à toutes les facettes du journal. C'est beaucoup trop lourd. Une division du travail doit donc s'opérer. L'adminis-

tration du journal et la rédaction du journal ne peuvent être supervisé par les mêmes personnes. D'autant plus que ces mêmes personnes sont impliquées dans leur groupe respectif.

Une autre faiblesse, et c'est très compréhensible, c'est de susciter la participation des résident-e-s des quariters desservis au journal. Il faut tenir compte que c'est une population très abattue par le système, peu habituée à écrire, peu confiante en elle-même, avec laquelle nous travaillons.

CONCLUSION

Droit de Parole n'est plus une expérience, il est là pour rester. Malgré certaines difficultés que nous envisageons à moyen terme (coupure de subvention par le ministère des Communications du Québec incitant les journaux à remplir leurs pages de publicité) nous constatons qu'il existe une volonté régionale pour que Droit de Parole poursuivre son travail de mobilisation par l'information.

Denis Cusson pour l'Equipe de Droit de Parole

LUTTES URBAINES

1979 - 1983

Luttes Urbaines, lors de sa fondation en 1977, se voulait un instrument au service des groupes populaires. Plus particulièrement, Luttes Urbaines voulait atteindre quatre (4) principaux objectifs:

1. Créer un lien d'échange sur les pratiques de luttes.
2. Créer des liens entre les groupes en lutte.
3. Favoriser le contrôle de l'espace urbain par les citoyens.
4. Formuler des instruments de lutte utile aux groupes populaires.

Le contenu de la revue se devait de répondre à ces objectifs.

La première année d'opération a satisfait les apprentis sorciers de l'information que nous étions. La revue organisée en différentes rubriques soit: reportage, table ronde, instrument de lutte chronique, régionale et internationale et collaboration spéciale nous a permis de toucher à des enjeux reliés à nos objectifs et de donner la parole à des militants et à des groupes populaires. Plus de 350 abonnements,dans toutes les régions du Québec, nous semblaient très satisfaisants et plus 1,000 ventes en kiosque par numéro.

L'an II de la revue nous permettait un certain optimisme "En cette deuxième année, la production de la revue s'est faite de façon beaucoup plus aisée; nous recevions beaucoup d'articles ..... Les auteurs des articles sont à 50% des groupes populaires et 50% des militants."

Luttes Urbaines a pris racine "Pour les statisticiens,environ 120 groupes populaires nous font parvenir régulièrement de leurs nouvelles: journal, dépliant, communiqué. A chaque numéro, près de 40 groupes populaires utilisent les pages de Luttes Urbaines ...."

Il en fut de même pour la troisième et la quatrième année de parution. Luttes Urbaines avait pris racine, mais pourquoi arrêter!

Pour nous, le bilan est positif

Seize (16) numéros sur une période de quatre (4) ans, voilà qui n'est pas si mal pour les apprentis sorciers de 1979. Nous avons le sentiment d'avoir eu des liens privilégiés avec une clientèle qui n'a pas hésité à nous prêter 3,800.00$ sans intérêt en attendant des jours meilleurs qui sont venus. La revue "Luttes Urbaines" peut être aussi fière de ne pas avoir été le refuge d'Ayacollah.

Les pages de Luttes Urbaines ne furent pas monopolisées par quelques auteurs rigides. Peu de collaborateurs ont écrit trois (3) articles ou plus au cours de ces quatre (4) années. Nous croyions plutôt avoir suscité une écriture mobilisante qui a encouragé des échanges entre différents groupes. Les auteurs se sont aussi exprimés par la bande dessinée, photo roman, les couvertures. La vocation provinciale de la revue a été respectée, 60% des articles ont traité de sujets dits régionaux.

Le bilan est positif, mais la revue disparait.

Un collectif,trop peu nombreux, qui n'a pu répondre à une exigence des lecteurs qui voulait un contenu plus critique. Malheureusement, un article écrit par un groupe populaire pour les groupes populaires, peut parfois ressembler à un publi-reportage. Il y a aussi nos abonnements qui ont stagné à quatre cent (400). Le sentiment de ne pas avoir atteint le potentiel d'abonnements a refroidi les ardeurs du collectif. Sur le plan financier, c'est un manque à gagner. Cependant, il n'y a pas de déficit et les membres du collectif ont dépensé que du temps.

Le collectif croit qu'une intéressante revue progressiste se doit d'exister pour faire l'information qu'on ne fait pas ailleurs, développer des liens de solidarité entre les groupes, les militants, les régions.

Pour de multiples autres raisons aussi, cependant l'achat de la revue par les militants et les groupes est une condition vitale à la survie d'une telle revue. Le nombre de quatre cent (400) abonnements, c'est trop peu.

Luttes Urbaines

cinéma libre

PRESENTATION DE CINEMA LIBRE

Il faut remonter à 1976 pour situer la fondation, la mise en marche, par et pour des cinéastes indépendants, de la Société de distribution Cinéma Libre.

Traités avec peu d'intérêt ou carrément ignorés par les distributeurs traditionnels, des cinéastes (réalisateurs et producteurs) se sont alors regroupés afin de créer un organisme de diffusion essentiel aux films d'ici. Des films reflétant une identité originale, différente, consciente, mais qui restaient inaccessibles au public auquel ils s'adressaient. Il fallait donc développer un outil de diffusion et y privilégier le travail, les programmes et services qui allaient respecter le fond et la forme des films et surtout leur donner "droit d'écran".

Fondée à l'occasion du lancement du film L'EAU CHAUDE L'EAU FRETTE de André Forcier, Cinéma Libre a depuis ce temps fait un bon bout de chemin. Regroupant lors de sa première année de fonctionnement véritable (diffusion d'un premier répertoire de films en 1977-78) un nombre restreint de cinéastes et de films, la Société assure maintenant la distribution d'une centaine de productions. Croissance rapide qui témoigne de la nécessité de notre existence.

Cinéma Libre est une Société à but non lucratif qui veut servir de lien entre les cinéastes d'ici et le public qu'ils désirent rejoindre, par le biais des réseaux de diffusion existants: commercial parfois mais surtout parallèles (ciné-clubs, réseau scolaire, communautaire, syndical...).

Les recettes faites par Cinéma Libre sont remises à 50% ou plus aux cinéastes, les % restant permettent d'assumer une partie du budget de fonctionnement de la Société.

Les réalisatrices et réalisateurs ayant un film en distribution à Cinéma Libre sont membres de la société si ils/elles le désirent et représentés par un conseil d'administration élu à l'assemblée générale annuelle.

distribution de films
4672, rue pepinsau
montréal
H2H 1V6
QUEBEC

téléphone (514) 526-6473

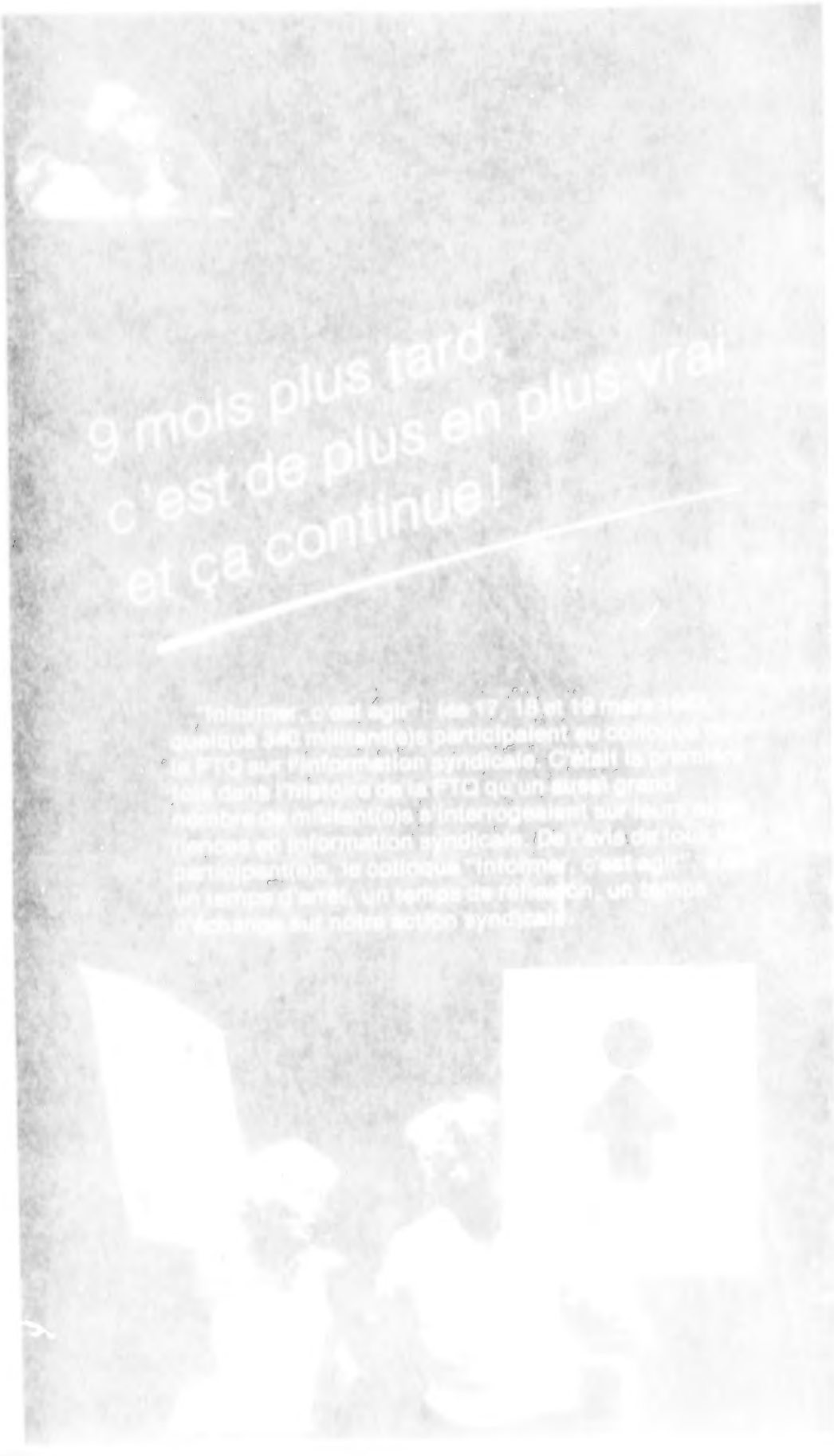
Nous croyons que le cinéma est un outil important dans le mouvement d'affirmation de notre identité culturelle, tout comme la chanson, la musique, le théâtre, la danse, les arts plastiques. Il témoigne de nos réalités sociales, culturelles, politiques, économiques. Nous travaillons à le faire connaître partout où des possibilités se présentent.

Nous avons tenté de réunir dans notre répertoire des films d'une grande diversité au niveau des thèmes, des approches, des moyens de production ainsi qu'au niveau de leurs démarches. Des films ouverts sur la vie et le monde qui, par le biais du documentaire (le réel) ou celui de la fiction (l'imaginaire), témoignent du vu et du vécu, qui prennent date et parti.

Nous avons commencé à inscrire à notre répertoire quelques films produits à l'extérieur du Québec. C'est une expérience que nous désirons pousuivre afin de faire connaître des films représentatifs d'autres cinématographies nationales, comparables à la nôtre par leurs moyens de production et qui sauront toucher le public d'ici. Face à la présence de plus en plus envahissante d'un cinéma dit "international", nous croyons à la nécessité de regrouper les énergies de tous les organismes oeuvrant à défendre et promouvoir un cinéma d'auteur, un cinéma d'intervention, d'où qu'il soit.

Les films que nous distribuons peuvent servir de support à des actions impliquant une sensibilisation à un problème collectif (conditions de vie des femmes, des travailleurs, des gens âgés, etc.) . Ils constituent des outils d'intervention et d'animation. Le film n'est pas le simple objet d'une transaction commerciale. Il est aussi l'objet d'un débat, d'une réflexion.

La production de type commercial et la production gouvernementale bénéficient de leurs propres réseaux de distribution, dotés de moyens plus que considérables. A notre avis, il était temps d'offrir à la production indépendante une structure, des couloirs de diffusion pour tenter de lui assurer la place qui devrait lui revenir sur nos écrans.


9 mois plus tard,
c'est de plus en plus vrai
et ça continue!

Près de 9 mois plus tard, que reste-t-il de cette réflexion et de cet échange? Ce temps d'arrêt nous a-t-il permis de mieux redémarrer? Au cours de ces 9 mois, que s'est-il passé en information? Avons-nous essayé de nouvelles stratégies ou moyens d'information? Où sommes-nous rendus?

Ce sont de telles questions que les membres du Comité d'information de la FTQ se sont posées. Venant de divers syndicats et conseils du travail (Métallos, SCFP, UES-298, TUAC, FIPOE, FNCM-Local 9, TUA, Conseil du travail de Montréal, Conseil du travail de l'Estrie), ces militant(e)s ont fait le point sur l'information, 9 mois après le colloque. Le tableau n'est sûrement pas complet et nous vous invitons à vous poser les mêmes questions et à faire le point chez-vous : c'est une bonne façon de redémarrer le débat et la réflexion sur l'information que nous faisons.

L'INFORMATION INTERNE

Le colloque "Informer, c'est agir" n'a pas inventé le monde. Avant celui-ci, il se faisait de l'information et de l'action syndicales. Et ce qui s'est fait depuis 9 mois en information, ça ne vient pas nécessairement du colloque. Celui-ci a cependant permis de réfléchir à ce que nous faisions, de réorienter dans certains cas notre information, de donner des idées pour essayer de nouvelles choses, ... En jetant un coup d'oeil sur ce qui s'est fait en information interne depuis le colloque, il est possible de dégager certaines tendances :

1) Le contact direct pour permettre un échange

"Le principal moyen d'information syndicale, c'est le contact direct, le contact personnel : c'est notre principale force", ont affirmé les participant(e)s au colloque. Cette affirmation s'est confirmée et même amplifiée au cours des derniers mois. Plusieurs syndicats ont misé avant tout sur l'organisation de rencontres ou de contacts avec les délégué(e)s, les membres et même les conjoint(e)s pour faire leur information ; et, dans plusieurs cas, il ne s'agissait pas seulement de transmettre de l'information, de "passer un message", mais aussi de **permettre une discussion, de favoriser un échange.**

Par exemple, le local 9 de la Fraternité nationale des charpentiers-menuisiers a rejoint **2,000 travailleurs et conjointes** dans des soirées sur le régime des avantages sociaux.

Dans le même sens, la FTQ-construction et ses syndicats affiliés ont organisé des **soirées d'information sur la sécurité du revenu** auxquelles ont participé quelque 700 travailleurs et conjointes : cela a permis d'expliquer ce qui devrait être la principale revendication des prochaines négociations et de recueillir les commentaires des participant(e)s.

L'organisation de rencontres et du contact direct, ça sert aussi à faire face à un coup dur, à déjouer les rumeurs patronales : au moment de la fermeture de la boulangerie Steinberg, le local 501 de Travailleurs unis de l'alimentation et du commerce (TUAC) a multiplié les rencontres entre délégués et ceux-ci ont animé des **discussions sur les lieux du travail.**

L'information verbale, ça sert aussi dans les **campagnes d'organisation ;** ainsi la campagne menée par le Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) auprès des 4,000 chauffeurs d'autobus et opérateurs de métro de la CTCUM, qui s'est soldée par une victoire éclatante, a été basée avant tout sur le contact direct avec les membres, la discussion, l'échange.

Le fait de permettre aux membres d'échanger sur leurs préoccupations, ça peut aider à **ranimer la vie syndicale** et le militantisme, c'est ce qui s'est passé chez les employé(e)s de soutien dans les universités : par exemple, le Syndicat des employé(e)s de l'université Laval (SCFP) a organisé une semaine d'activités et de rencontres sous le thème "Une semaine ensemble". Les métallos de Sidbec à Contrecoeur ont aussi décidé de **systématiser le travail d'information** (c'est le contact des délégués auprès des travailleurs dans les départements. Au Centre hospitalier Côte-des-Neiges, on organise des débats sur l'heure du dîner.

Dans la dernière campagne de maraudage, la FTQ-construction avait décidé de ne pas recourir à la publicité payée dans les médias électroniques mais de miser davantage sur le contact auprès des membres ; ainsi, la FIPOE a rejoint 11,000 électriciens par téléphone, en faisant en sorte que chacun soit rejoint par un militant de sa région, afin de **personnaliser le contact** ; la même chose a été faite dans plusieurs autres métiers.

2) L'information syndicale, ça se discute de plus en plus

Dans plusieurs syndicats, sections locales et Conseils du travail, la tenue du colloque avait été l'occasion de discuter de l'information syndicale ; il semble qu'au lendemain du colloque, de telles discussions sur la place de l'information ont continué un peu partout. Dans plusieurs syndicats et sections locales, on prend davantage **le temps de "parler d'information"**, de voir quelle place cela devrait occuper, de mieux planifier les activités.

Par exemple, au Syndicat des métallos, lors de réunions régionales, les présidents des sections locales débattent de **la place de l'information syndicale**. A l'usine Sidbec de Contrecoeur, au cours d'un "mini-congrès" les 60 délégués ont fait l'évaluation de leur

journal local et ont fait plusieurs suggestions pour améliorer la **circulation de l'information** à l'intérieur du syndicat. Le Local 9 des charpentiers-menuisiers a organisé une assemblée générale sur la place de l'information dans le local.

3) L'information se fait de plus en plus en équipe

L'information se fait aussi de plus en plus en équipe. Dans plusieurs syndicats, par exemple, on a noté une **collaboration plus étroite** des dirigeant(e)s et des permanent(e)s avec le ou les responsables à l'information. Des équipes ou **comités d'information** ont été mis sur pied à plusieurs endroits, comme par exemple à la FTQ-construction pour assurer la publication régulière du journal "La vraie force".

4) L'information écrite, ça demeure très important

S'il semble qu'un virage ait été pris pour renforcer et systématiser l'information verbale et le contact direct, cela ne signifie pas la disparition de l'information écrite. Bien au contraire... Chaque mois, **de nouveaux journaux, bulletins ou feuillets** d'information font leur apparition. Ils viennent appuyer et compléter l'information qui circule déjà dans le syndicat, la plupart du temps de façon verbale.

On a vu aussi apparaître de nouveaux instruments d'information pour **faire la liaison entre les militant(e)s** de plusieurs locaux différents; c'est le cas par exemple du bulletin "Traits d'Union" chez les métallos. Pour sa part, le Conseil provincial du secteur des communications (SCFP) a publié un "journal-affiche" qui informe sur ce qui se passe dans chaque section locale.

Des efforts importants sont faits pour que l'information écrite soit **vivante, accessible, proche** des préoccupations des membres. Les gros problèmes sont le manque de temps et aussi la difficulté de recueillir du "feedback", des réactions des membres sur notre information.

5) On se prépare et on se forme pour mieux informer

L'information, ça ne s'improvise pas; ça s'organise, ça se prépare, ça se planifie. Un peu partout, on note la préoccupation de **bien préparer et équiper** ceux et celles qui vont faire l'information. Ce fut le cas dans la construction pour les soirées d'information sur la sécurité du revenu et sur les avantages sociaux; on a pris la peine de former plusieurs dizaines d'agents d'information pour animer ces rencontres. Dans les campagnes d'organisation auprès des chauffeurs d'autobus et auprès des agents de sécurité, le SCFP et le Syndicat des métallos avaient **formé des "poteaux"** capables de

répondre aux questions et aux objections de leurs camarades de travail. Pour rejoindre les 11,000 électriciens par téléphone, la FIPOE avait préparé 400 militants. En plus du cours **"L'information dans mon local"** qui s'est donné à quelques reprises, des sessions de formation "ad hoc" ont été organisées dans divers locaux, comme par exemple avec les métallos de la Zinc Électrolytique du Canada à Valleyfield.

L'INFORMATION EXTERNE

Le colloque "Informer, c'est agir" avait aussi été l'occasion de faire le point sur l'information externe, c'est-à-dire l'information à l'extérieur de notre local ou de notre syndicat pour rejoindre les autres syndiqué(e)s et le public en général. De multiples activités d'information externe ont aussi marqué les 9 derniers mois; il est impossible d'en faire un bilan complet mais on peut quand même identifier quelques points forts.

1) Le contact direct auprès des autres syndiqué(e)s et de la population

"Comme pour l'information interne, ce qui est important c'est d'aller voir le monde, de leur parler...", avaient soutenu les participant(e)s au colloque. C'est ce qu'ont fait les 265 employé(e)s du Centre hospitalier Cloutier au Cap-de-la-Madeleine, membres du local 298 de l'Union des employés de service (UES); face à la menace de fermeture de l'hôpital, ils ont organisé des manifestations et ont fait signer une **pétition dans les centres d'achat et par du porte-à-porte**; résultat: ils ont réussi à sauver l'hôpital et leurs emplois. C'est aussi ce qu'ont fait les cols blancs et les cols bleus en grève de la municipalité de Châteauguay: ils ont pris la peine **d'expliquer à la population** les raisons de leur conflit; ceci a influencé les résultats de l'élection municipale et a amené un règlement de la grève.

Au Conseil du travail de l'Estrie, on a aussi décidé de miser sur des **rencontres inter-locaux** pour assurer une meilleure circulation de l'information. On note aussi dans des secteurs comme le commerce et l'alimentation ainsi que dans la construction, une préoccupation plus grande de s'informer entre locaux de ce qui se passe chez eux.

On pourrait multiplier les exemples dans ce domaine : les grévistes de Provigo qui ont distribué des **tracts à la clientèle**, le syndicat des scaphandriers (local 69) qui organise un **congrès subaquatique** pour leurs membres et les plongeurs sportifs, ...

Soulignons aussi l'élaboration de dossiers par les Travailleurs unis de l'automobile (TUA) sur **l'industrie de l'aéronautique** et sur le **contenu canadien** dans l'industrie automobile ; les TUA ont organisé la diffusion de ces dossiers auprès de leurs membres, auprès des députés et dans l'opinion publique.

2) On apprivoise l'utilisation des médias

On se souvient du procès qui a été fait aux médias à l'occasion du colloque : ceux-ci couvrent de façon très partielle et partiale la réalité syndicale, en insistant presqu'uniquement sur les conflits et les aspects négatifs.

Cela n'a pas radicalement changé depuis le colloque, même si on note une **attention plus grande** de la part de certains médias à ce que nous faisons. Le Comité d'information de la FTQ a rencontré les chroniqueurs syndicaux pour discuter de toute cette question ; ceux-ci se montrent très ouverts à toutes nos suggestions pour améliorer la couverture de la réalité du monde du travail (par exemple, faire davantage état des conditions de travail) mais ils sont pris à l'intérieur des **limites imposées par les médias :** un seul chroniqueur syndical alors qu'il y en a 10, 15 ou 20 aux sports, aux faits divers, aux pages financières et économiques ; les médias veulent du sensationnel qui se vend bien ; ...

Quoiqu'il en soit, on note une plus grande disposition de la part des dirigeant(e)s des syndicats à utiliser les médias. Il semble que peu à peu nous sommes parvenus à **apprivoiser leur fonctionnement :** ça fait moins peur et on se fait moins d'illusion sur ce qu'ils peuvent ou non nous apporter. Il est particulièrement intéressant de souligner qu'un nombre de plus en plus grand de dirigeant(e)s et de permanent(e)s de nos syndicats suivent le cours avancé de la FTQ **"Relations avec les médias".**

Nous savons aussi que pour intéresser les médias à une question, il faut souvent **susciter un événement**. C'est ainsi que l'Association nationale des mécaniciens industriels (local 1981) a organisé des manifestations et occupations pour dénoncer le travail au noir.

Plusieurs syndicats et Conseils du travail ont aussi recours aux **médias régionaux** pour faire connaître leurs luttes et leurs activités ; ce fut notamment le cas dans la campagne de maraudage de la construction et dans les négociations dans les municipalités.

3) La publicité payée limitée à des cas bien précis

Le colloque avait été marqué par un débat important sur l'utilisation syndicale de la publicité payée dans les médias. Alors que certains favorisaient une utilisation massive de la publicité pour faire connaître le point de vue syndical, plusieurs soutenaient que c'était un gaspillage d'argent pour une efficacité douteuse. Le débat n'avait pas été tranché.

Au cours des derniers mois, on a noté ceci : d'une part, la FTQ-construction a décidé en congrès de ne pas utiliser la publicité payée dans les médias électroniques pour la campagne de maraudage, mais plutôt de mettre l'accent sur l'**information directe** aux travailleurs de la construction ; d'autre part, la publicité n'a été utilisée que dans des **cas exceptionnels** avec des objectifs bien précis : par exemple, les grévistes de Châteauguay ont recouru à des annonces dans les hebdos de la région pour riposter aux autorités municipales ; les opérateurs de machinerie lourde (local 791) ont payé une page pour faire pression sur l'Office de la construction du Québec pour qu'elle cesse d'accorder des permis à des travailleurs de l'Ontario.

La publicité payée semble donc perçue comme un moyen à utiliser dans des cas exceptionnels et elle ne remplace pas l'information qu'un syndicat doit faire.

Et chez-vous?

Les quelques exemples relevés par le Comité d'information de la FTQ montrent qu'il se brasse beaucoup de chose en information syndicale. Et chez-vous, que se passe-t-il en information? Nous vous invitons à faire le point à partir des quelques questions suivantes et à faire connaître au Service d'information de la FTQ vos réflexions et vos expériences en information.

1) Identifier 2 ou 3 activités d'information INTERNE, dans votre syndicat ou dans votre local, au cours des derniers mois. Qu'en tirez-vous comme conclusion (impact, difficulté,...)?

2) Identifier 2 ou 3 activités d'information EXTERNE, dans votre syndicat ou local, au cours des derniers mois. Qu'en tirez-vous comme conclusion?

3) Votre syndicat ou local était-il présent au colloque de la FTQ sur l'information en mars 1983? Si oui, ce colloque a-t-il eu une influence sur l'information chez-vous? Laquelle?

FÉDÉRATION DES TRAVAILLEURS DU QUÉBEC (FTQ)
2100 ave. Papineau, 4ème étage, Montréal, H2K 4J4
Tél.: (514) 527-8533

ON PEUT OBTENIR LE RAPPORT DU COLLOQUE SUR L'INFORMATION SYNDICALE DES 17-18-19 MARS 1983 EN S'ADRESSANT A LA FTQ, SERVICE DE L'INFORMATION, 2100 PAPINEAU, 4E ETAGE, MONTREAL H2K 4J4 - TEL: (514) 527-8553